

**EVALUASI KUALITAS LAYANAN *WEBSITE AIRYROOMS.COM*
DENGAN MENGGUNAKAN METODE *WEBQUAL 4.0* DAN
IMPORTANCE AND PERFORMANCE ANALYSIS (IPA)**

SKRIPSI

Untuk memenuhi sebagian persyaratan
memperoleh gelar Sarjana Komputer

Disusun oleh:

Andry Lesmana Japrianta

NIM: 145150400111001



PROGRAM STUDI SISTEM INFORMASI
JURUSAN SISTEM INFORMASI
FAKULTAS ILMU KOMPUTER
UNIVERSITAS BRAWIJAYA
MALANG
2018

PENGESAHAN

EVALUASI KUALITAS LAYANAN *WEBSITE AIRYROOMS.COM* DENGAN
MENGUNAKAN METODE *WEBQUAL 4.0* DAN *IMPORTANCE AND
PERFORMANCE ANALYSIS (IPA)*

SKRIPSI

Diajukan untuk memenuhi sebagian persyaratan
memperoleh gelar Sarjana Komputer

Disusun Oleh :
Andry Lesmana Japrianta
NIM: 145150400111001

Skripsi ini telah diuji dan dinyatakan lulus pada
4 Juni 2018
Telah diperiksa dan disetujui oleh:

Dosen Pembimbing I

Dosen Pembimbing II

Suprpto, S.T, M.T
NIP: 19710727 199603 1 001

Admaja Dwi Herlambang, S.Pd., M.Pd.
NIP: 2016098908021001

Mengetahui
Ketua Jurusan **Sistem Informasi**

Dr. Eng. Herman Tolle, S.T, M.T
NIP: 19740823 200012 1 001

PERNYATAAN ORISINALITAS

Saya menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa sepanjang pengetahuan saya, di dalam naskah skripsi ini tidak terdapat karya ilmiah yang pernah diajukan oleh orang lain untuk memperoleh gelar akademik di suatu perguruan tinggi, dan tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis disitasi dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Apabila ternyata didalam naskah skripsi ini dapat dibuktikan terdapat unsur-unsur plagiasi, saya bersedia skripsi ini digugurkan dan gelar akademik yang telah saya peroleh (sarjana) dibatalkan, serta diproses sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku (UU No. 20 Tahun 2003, Pasal 25 ayat 2 dan Pasal 70).

Malang, 4 Juni 2018



Andry Lesmana Japrianta

NIM: 145150400111001

KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadiran Tuhan Yesus Kristus yang telah melimpahkan kasih-Nya sehingga laporan skripsi yang berjudul “Evaluasi Kualitas Layanan Website Airyrooms.com Dengan Menggunakan Metode Webqual 4.0 Dan *Importance and Performance Analysis* (IPA)” ini dapat terselesaikan. Penulis menyadari bahwa skripsi ini tidak akan berhasil tanpa bantuan dari beberapa pihak. Oleh karena itu, penulis ingin menyampaikan rasa hormat dan terima kasih kepada :

1. Wayan Firdaus Mahmudy, S.Si, M.T, Ph.D selaku Dekan Fakultas Ilmu Komputer Universitas Brawijaya,
2. Dr. Eng. Herman Tolle, S.T, M.T selaku Ketua Jurusan Sistem Informasi Fakultas Ilmu Komputer Universitas Brawijaya,
3. Suprpto, S.T, M.T selaku Ketua Program Studi Sistem Informasi Jurusan Sistem Informasi Fakultas Ilmu Komputer Universitas Brawijaya
4. Suprpto, S.T, M.T dan Bapak Admaja Dwi Herlambang, S.Pd., M.Pd. selaku pembimbing skripsi yang telah dengan sabar membimbing dan mengarahkan penulis sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini,
5. Ayahanda Japar Supeno, Ibunda Hartini Trisnarningsih, dan Kakak Hendra Saputra beserta seluruh keluarga besar atas segala nasihat, kasih sayang, perhatian, kesabaran serta finansial di dalam membesarkan dan mendidik penulis, serta yang senantiasa tiada henti-hentinya memberikan doa dan semangat demi terselesaikan skripsi ini,
6. BEM SUKMA KARYA sebagai tempat terakhir dalam memberikan kontribusi terhadap Fakultas Ilmu Komputer Universitas Brawijaya, dan tempat dalam membagikan pengalaman,
7. Keluarga Besar Sistem Informasi yang telah membantu dalam pengerjaan skripsi ini,
8. Seluruh Dosen FILKOM UB yang telah membantu penulis selama menjadi mahasiswa FILKOM UB.

Semoga Tuhan Yesus Kristus senantiasa melimpahkan anugrah-Nya pada semua pihak yang telah mendukung terselesaikannya skripsi ini. Dengan segala kekurangan, penulis mengharapkan kritik dan saran untuk penelitian selanjutnya. Semoga skripsi ini membawa manfaat bagi semua pihak yang menggunakannya.

Malang, 4 Juni 2018

Penulis

Andrylesmana79@gmail.com

ABSTRAK

Andry Lesmana Japrianta, Evaluasi Kualitas Layanan Website Airyrooms.com Dengan Menggunakan Metode *Webqual 4.0* dan *Importance and Performance Analysis (IPA)*

Pembimbing: Suprpto, S.T, M.T dan Admaja Dwi Herlambang, S.Pd., M.Pd.

Perkembangan *E-commerce* amat pesat khususnya di Indonesia. Airyrooms.com merupakan salah satu *E-commerce* yang bergerak dibidang transportasi dan perhotelan yang memberikan layanan penjualan secara *online*. Analisis dilakukan dengan menggunakan beberapa variabel pada *Webqual* yaitu *usability*, *information quality*, dan *service interaction quality* dengan tujuan mengetahui nilai kualitas layanan pada situs Airyrooms.com dari persepsi pengguna dengan melakukan analisis deskriptif. Sedangkan IPA digunakan sebagai analisis berupa analisis kesesuaian, analisis kesenjangan, dan kuadran IPA. Data didapatkan dengan melakukan penyebaran kuesioner dan didapatkan sampel sebesar 100 responden. Hasil statistik deskriptif menunjukkan bahwa variabel *usability*, *information quality*, dan *service interaction quality* berada di antara kategori cukup tinggi hingga tinggi. Hasil analisis kuadran IPA menunjukkan bahwa indikator *errors*, *efficiency*, *accuracy*, dan *responsiveness* berada pada kuadran “Keep up The Good Work”, indikator *learnability* dan *trust* berada pada kuadran “Possible Overkill”, indikator *the imaged conveyed to the user*, *appearance*, *accessibility*, *relevance*, *empathy* berada pada kuadran “Lowest Priority”, indikator *ease of use and navigation*, *satisfaction*, dan *representational* berada pada kuadran “Priorities for Improvements”. Dari hasil tersebut rekomendasi perbaikan bagi indikator yang berada pada kuadran “Lowest Priority” dan “Priorities for Improvements” agar indikator tersebut berada dalam kategori “Keep up The Good Work”.

Kata kunci: Airyrooms, Webqual 4.0, Importance Performance Analysis(IPA), Layanan

ABSTRACT

Andry Lesmana Japrianta, Evaluasi Kualitas Layanan Website Airyrooms.com Dengan Menggunakan Metode *Webqual 4.0* dan *Importance and Performance Analysis (IPA)*

Mentors: Suprpto, S.T, M.T dan Admaja Dwi Herlambang, S.Pd., M.Pd.

The development of E-commerce was rapid, especially in Indonesia. Airyrooms.com was one of the e-commerce engaged in transportation and hospitality that provides online sales services. The analysis was conducted by using several variables in webqual, namely usability, information quality, and service interaction quality with the aim of knowing the value of service quality at Airyrooms.com site from the user's perception by doing a descriptive analysis. Meanwhile, IPA was used as an analysis of conformity analysis, gap analysis, and IPA quadrant. The data were obtained by distributing questionnaires and getting the samples of 100 respondents. Descriptive statistical results showed that the variables of usability, information quality, and service interaction quality were among in the categories of high enough to high. The results of IPA quadrant analysis show that the indicators of errors, efficiency, accuracy, and responsiveness were in "Keep up the Good Work" quadrant, the indicators of learnability and trusted were in the "Possible Overkill" quadrant, the indicators of the imaged conveyed to the user, appearance, accessibility, relevance, empathy were in the "Lowest Priority" quadrant, the indicators of the ease of use and navigation, satisfaction, and representational were in the "Priorities for Improvements" quadrant. From these results, recommendations for improvements to the indicators in "Lowest Priority" and "Priorities for Improvements" quadrants, so that the indicator was in the "Keep up The Good Work" quadrant.

Keywords: Airyrooms, Webqual 4.0, Importance Performance Analysis(IPA), Service

DAFTAR ISI

PENGESAHAN	ii
PERNYATAAN ORISINALITAS	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
ABSTRAK.....	v
ABSTRACT	vi
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR TABEL.....	x
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
BAB 1 PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar belakang.....	1
1.2 Rumusan masalah	4
1.3 Tujuan	4
1.4 Manfaat.....	5
1.5 Batasan masalah	5
1.6 Sistematika pembahasan.....	5
BAB 2 LANDASAN KEPUSTAKAAN	7
2.1 Kajian Pustaka	7
2.2 Kualitas Layanan	10
2.3 Layanan TI	11
2.4 <i>Webqual</i> 4.0.....	11
2.5 <i>Usability</i>	13
2.6 <i>Information Quality</i>	14
2.7 Service Interaction Quality	15
2.8 <i>Importance and Performance and Analysis (IPA)</i>	16
2.9 Populasi dan Sampel.....	19
2.9.1 Populasi	19
2.9.2 Sampel.....	20
2.10 Kuesioner	21
2.11 Uji Validitas	23

2.12 Uji Reliabilitas	25
2.13 Statistik Deskriptif	26
2.14 Skala Likert	29
2.15 Airyrooms.com	29
BAB 3 METODOLOGI	30
3.1 Diagram Alir Penelitian	30
3.2 Studi Literatur	31
3.3 Penyusunan dan Pengujian Kuesioner	32
3.4 Penentuan Populasi dan Sampel	35
3.5 Pengumpulan dan Pengolahan Data	37
3.5.1 Uji Normalitas	38
3.5.2 Uji Homogenitas	38
3.5.3 Uji Linearitas	38
3.6 Pembahasan	39
3.7 Kesimpulan dan Saran	39
BAB 4 Hasil dan Analisis Data	40
4.1 Uji Asumsi Klasik	40
4.1.1 Uji Normalitas	40
4.1.2 Uji Linearitas	40
4.1.3 Uji Homogenitas	41
4.2 <i>Usability</i>	41
4.3 <i>Information Quality</i>	52
4.4 <i>Service Interaction Quality</i>	58
4.5 Analisis <i>Importance Performance Analysis (IPA)</i>	63
4.5.1 Penghitungan Tingkat Penilaian Kinerja/Persepsi (<i>Performance</i>)	63
4.5.2 Penghitungan Tingkat Penilaian Kepentingan (<i>Importance</i>)	68
4.5.3 Analisis Tingkat Kesesuaian	73
4.5.4 Analisis Tingkat Kesenjangan (<i>GAP</i>)	78
4.5.5 Analisis Kuadran IPA	83
BAB 5 PEMBAHASAN	86
5.1 <i>Usability</i>	86

5.1.1 Appearance	86
5.1.2 Ease of Use and Navigation	87
5.1.3 The Image Conveyed to the User	88
5.1.4 Learnability.....	89
5.1.5 Efficiency	89
5.1.6 Errors	90
5.1.7 Satisfaction.....	90
5.2 Information Quality	91
5.2.1 Accuracy	91
5.2.2 Relevance	92
5.2.3 Representational	93
5.2.4 Accessibility	93
5.3 Service Interaction Quality.....	94
5.3.1 Trust	94
5.3.2 Empathy	95
5.3.3 Responsiveness	95
BAB 6 Penutup	96
6.1 Kesimpulan.....	96
6.2 Saran	97
DAFTAR PUSTAKA.....	98
LAMPIRAN A Uji VALIDITAS ISI.....	103
LAMPIRAN B Uji Validitas Konstruk.....	105
LAMPIRAN C Uji reliabilitas	107
LAMPIRAN D Kisi-kisi instrumen penelitian	108
LAMPIRAN E Kuesioner	113
LAMPIRAN F Data responden.....	122
LAMPIRAN G Uji normalitas	133
LAMPIRAN H Uji linearitas.....	135
LAMPIRAN I Uji homogenitas.....	137

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Kajian Pustaka 1.....	7
Tabel 2.2 Kajian Pustaka 2.....	8
Tabel 2.3 Kajian Pustaka 3.....	9
Tabel 2.4 Kategori Nilai	28
Tabel 2.5 Bobot Nilai	29
Tabel 3.1 Validitas Isi Untuk Kuesioner Tingkat Kinerja (<i>Performance</i>)	33
Tabel 3.2 Validitas Isi Untuk Kuesioner Tingkat Kepentingan (<i>Importance</i>)	34
Tabel 4.1 Statistik Deskriptif <i>Usability</i> Kinerja (<i>Performance</i>)	42
Tabel 4.2 Hasil Indikator <i>Usability</i> Kinerja (<i>Performance</i>)	44
Tabel 4.3 Hasil Indikator <i>Usability</i> kinerja (<i>performance</i>) lanjutan	45
Tabel 4.4 Kategori <i>Usability</i> Kinerja (<i>Performance</i>)	46
Tabel 4.5 Statistik Deskriptif <i>Usability</i> Kepentingan (<i>Importance</i>)	47
Tabel 4.6 Hasil Indikator <i>Usability</i> Kepentingan (<i>Importance</i>)	49
Tabel 4.7 Hasil Indikator <i>Usability</i> Kepentingan (<i>Importance</i>) lanjutan.....	50
Tabel 4.8 Kategori <i>Usability</i> Kepentingan (<i>Importance</i>)	50
Tabel 4.9 Kategori <i>Usability</i> Kepentingan (<i>Importance</i>) lanjutan.....	51
Tabel 4.10 Statistik Deskriptif <i>Information Quality</i> Kinerja (<i>Performance</i>)	52
Tabel 4.11 Hasil Indikator <i>Information Quality</i> Kinerja (<i>Performance</i>)	53
Tabel 4.12 Hasil Indikator <i>Information Quality</i> Kinerja (<i>Performance</i>) lanjutan ..	54
Tabel 4.13 Kategori <i>Information Quality</i> Kinerja (<i>Performance</i>)	54
Tabel 4.14 Statistik Deskriptif <i>Information Quality</i> Kepentingan (<i>Importance</i>) ...	55
Tabel 4.15 Hasil Indikator <i>Information Quality</i> Kepentingan (<i>Importance</i>)	56
Tabel 4.16 Hasil Indikator <i>Information Quality</i> Kepentingan (<i>Importance</i>) lanjutan	57
Tabel 4.17 Kategori <i>Information Quality</i> Kepentingan (<i>Importance</i>)	57
Tabel 4.18 Statistik Deskriptif <i>Service Interaction Quality</i> Kinerja (<i>Performance</i>)	58
Tabel 4.19 Hasil Indikator <i>Service Interaction Quality</i> Kinerja (<i>Performance</i>).....	59
Tabel 4.20 Kategori <i>Service Interaction Quality</i> Kinerja (<i>Performance</i>)	60
Tabel 4.21 Statistik Deskriptif <i>Service Interaction Quality</i> Kepentingan (<i>Importance</i>).....	60

Tabel 4.22 Statistik Deskriptif <i>Service Interaction Quality</i> Kepentingan (<i>Importance</i>) lanjutan	61
Tabel 4.23 Hasil Indikator <i>Service Interaction Quality</i> Kepentingan (<i>Importance</i>)	62
Tabel 4.24 Kategori <i>Service Interaction Quality</i> Kepentingan (<i>Importance</i>)	62
Tabel 4.25 Nilai Kinerja (<i>Performance</i>) <i>Usability</i>	63
Tabel 4.26 Nilai Kinerja (<i>Performance</i>) <i>Usability</i> lanjutan	64
Tabel 4.27 Nilai Kinerja (<i>Performance</i>) <i>Information Quality</i>	65
Tabel 4.28 Nilai Kinerja (<i>Performance</i>) <i>Information Quality</i> lanjutan	66
Tabel 4.29 Nilai Kinerja (<i>Performance</i>) <i>Service Interaction Quality</i>	67
Tabel 4.30 Nilai Kepentingan (<i>Importance</i>) <i>Usability</i>	68
Tabel 4.31 Nilai Kepentingan (<i>Importance</i>) <i>Information Quality</i>	70
Tabel 4.32 Nilai Kepentingan (<i>Importance</i>) <i>Service Interaction Quality</i>	72
Tabel 4.33 Penghitungan Tingkat Kesesuaian Variabel <i>Usability</i>	73
Tabel 4.34 Penghitungan Tingkat Kesesuaian Variabel <i>Usability</i> lanjutan	74
Tabel 4.35 Penghitungan Tingkat Kesesuaian Variabel <i>Information Quality</i>	75
Tabel 4.36 Penghitungan Tingkat Kesesuaian Variabel <i>Information Quality</i> lanjutan	76
Tabel 4.37 Penghitungan Tingkat Kesesuaian Variabel <i>Service Interaction Quality</i>	77
Tabel 4.38 Hasil Penghitungan Tingkat Kesenjangan (GAP) Variabel <i>Usability</i>	78
Tabel 4.39 Hasil Penghitungan Tingkat Kesenjangan (GAP) Variabel <i>Usability</i> lanjutan	79
Tabel 4.40 Hasil Penghitungan Tingkat Kesenjangan (GAP) Variabel <i>Information Quality</i>	80
Tabel 4.41 Hasil Perhitungan Tingkat Kesenjangan (GAP) Variabel <i>Information Quality</i> lanjutan	81
Tabel 4.42 Hasil penghitungan tingkat kesenjangan (GAP) variabel <i>service interaction quality</i>	82

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Quality Function Deployment.....	12
Gambar 2.2 Kuadran IPA.....	18
Gambar 3.1 Diagram Alur Penelitian.....	31
Gambar 4.1 Kuadran IPA <i>usability</i>	83
Gambar 4.2 Kuadran IPA <i>information quality</i>	84
Gambar 4.3 Kuadran IPA <i>service interaction quality</i>	85



DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN A Uji VALIDITAS ISI.....	103
LAMPIRAN B Uji Validitas Konstruk.....	105
LAMPIRAN C Uji reliabilitas	107
LAMPIRAN D Kisi-kisi instrumen penelitian	108
LAMPIRAN E Kuesioner	113
LAMPIRAN F Data responden.....	122
LAMPIRAN G Uji normalitas	133
LAMPIRAN H Uji linearitas.....	135
LAMPIRAN I Uji homogenitas.....	137



BAB 1 PENDAHULUAN

1.1 Latar belakang

Teknologi di dunia sangat berkembang amat pesat, banyak perusahaan maupun individu melakukan pertukaran informasi dengan menggunakan teknologi dan tidak dapat dipungkiri teknologi menjadi salah satu alat bagi perusahaan untuk terus berkembang dalam memenuhi kebutuhan bagi konsumen dan juga masyarakat. Berdasarkan hasil survei Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) pada tahun 2016 pengguna internet di Indonesia telah mencapai 132,7 jiwa atau lebih dari 50% dari total penduduk. Dalam memenuhi kebutuhan untuk konsumen tersebut, diperlukan sebuah aplikasi yang berguna sebagai penghubung antara pengguna dengan perusahaan yang berfungsi untuk melakukan pendistribusian data ataupun informasi, dan salah satu aplikasi tersebut adalah adanya sebuah *website*.

Website adalah salah satu bagian yang sangat penting seiring dengan perkembangan teknologi informasi yang merupakan cerminan diri atau identitas dari sebuah *e-commerce*. Peranan *website* sangatlah penting dalam segala hal dan bidang terutama untuk sebuah organisasi ataupun perusahaan. *Website* sebagai identitas bagi sebuah perusahaan menjadi contoh nyata bagi *e-commerce*, banyak sekali perusahaan-perusahaan *online shop* ataupun toko *online* yang sekarang mengandalkan *website* untuk menyalurkan dan mendistribusikan informasi seputar produk-produk mereka. Menurut Yuhefizar (2009: 65) menjelaskan *website* sebagai komponen dari suatu identitas, yang dipengaruhi oleh pendapat publik dan terbentuk dari perilaku dan karakter sebuah perusahaan, individu atau negara.

Saat ini perkembangan *E-commerce* di Indonesia sangat meningkat tajam. Menurut lembaga ICD Indonesia adalah salah satu negara terbesar dalam pertumbuhan *e-commerce* untuk wilayah Asia-Pasifik dengan pertumbuhan 42% pada tahun 2012-2015. Sehingga konsumen sangat spesifik dalam memilih *e-commerce* yang sesuai dengan mereka dan memilih *e-commerce* yang memberikan pelayanan terbaik. Tantangan sebenarnya dari *e-commerce* adalah bagaimana mengetahui apa yang diinginkan dan dibutuhkan oleh pelanggan (Barnes & Vidgen, 2002). Hal ini dapat dinilai dari kemudahan dan kenyamanan penggunaannya dalam mengakses *website*, informasi yang tertera pada *website*, serta keamanan yang diberikan oleh *website* tersebut.

Airyrooms berdiri sejak tahun 2015. *Website Airyrooms* resmi diluncurkan perdana pada tahun 2016. *Airyrooms* menyediakan berbagai macam pilihan hotel serta tiket pesawat, dimana *Airyrooms* juga bekerja sama dengan beberapa perusahaan penerbangan serta hotel-hotel yang ada di setiap kota. Sebagai *e-commerce* yang baru berdiri sekitar 3 tahun *Airyrooms* memiliki visi untuk dapat menjadi *e-commerce* nomor satu di Indonesia. Sehingga *Airyrooms* sangat berusaha untuk memberikan pelayanan yang terbaik dari segala sisi khususnya bagian kemudahan dalam mengoperasikan *website*, informasi yang diberikan

dan perhatian khusus bagi pelanggan. Karena saat pelanggan ingin bertransaksi hal pertama yang akan dilakukannya adalah mengunjungi *website* sehingga bisa dikatakan bagi perusahaan *e-commerce website* merupakan salah satu aspek yang sangat penting dan paling penting.

Airyrooms memiliki berbagai fitur serta layanan yang dapat diakses oleh seluruh pengguna dan masyarakat. Namun, berdasarkan survey yang telah dilakukan ada beberapa *feedback* yang menyatakan bahwa layanan *Airyrooms* masih kurang sesuai dengan harapan. Beberapa keluhan dan permasalahan yang dihadapi antara lain, informasi *update* yang terlalu lama, pilihan filter kamar yang sangat terbatas dan kamar yang sangat terbatas, letak dan penempatan tombol yang kurang sesuai, komentar yang tidak memberikan secara detail, beberapa *font* yang sangat kecil sehingga pengunjung *website* sedikit sulit untuk membacanya, kurang banyaknya rekomendasi tempat menarik di sebuah kota ataupun daerah, dan layanan customer service yang terbilang lumayan lama dalam melakukan layanannya. Karena banyaknya *feedback* yang masuk ke dalam *Airyrooms* maka sangat diperlukannya *improvement* untuk meningkatkan kualitas dari *website* *Airyrooms* itu sendiri. Survey tersebut didapatkan setelah melakukan wawancara terhadap piha *Airyrooms* pusat di kota Malang yang berada di Jalan Aris Munandar No. 41-45, Kiduldalem, Klojen, Kota Malang, Jawa Timur.

Terkait dengan beberapa permasalahan. Pertama, informasi *update* yang terlalu lama. Pada *Airyrooms* permasalahan yang didapatkan adalah terlalu lama nya *update* informasi pada *website* *Airyrooms*, kejadian yang pernah terjadi adalah saat salah satu *guest house* melakukan renovasi pada *guest house* mereka, dan informasi yang terdapat pada *website* belum terupdate sehingga menyebabkan kesalahan pada konsumen saat mencari *guest house* yang telah dipesan atau bisa dibilang informasi yang terdapat dalam *website* *Airyrooms* belum *up to date*. Kedua, filter kamar yang sangat terbatas dan pilihan kamar yang sangat terbatas, fitur filter pada *Airyrooms* sangat terbatas dan tidak ada pilihan rekomendasi yang berguna untuk mempermudah pencarian sehingga sangat terbatas dalam pemberian rekomendasi, selain itu pula kamar yang disediakan pada tiap hotel maupun *guest house* sangat terbatas sehingga saat ingin memesan lebih dari 10 kamar untuk keluarga sangat terbatas.

Ketiga, letak dan penempatan tombol yang kurang sesuai pada *website* *Airyrooms* ada beberapa tombol yang tidak terlihat sehingga sedikit bingung salah satunya adalah fitur pencarian. Keempat, terdapat beberapa komentar yang tidak memberikan secara detail dari profil komentator sehingga kevalidasian dari komentator terbilang rendah dan tidak ada rating untuk menilai kamar oleh komentator sehingga bisa dibilang tidak valid. Kelima, *font* tulisan yang sangat kecil sehingga pengunjung *website* sedikit sulit untuk membacanya, karena kita ketahui bahwa pengunjung *website* dari *Airyrooms* memiliki berbagai karakteristik yang beragam seperti usia dan bagi orang yang sudah berumur lebih dari 30 tahun agar dapat lebih mudah dalam memahami isi dari *website*.

Keenam, terkait dengan rekomendasi tempat wisata yang menarik di sekitar *guest house* ataupun hotel dengan jarak yang lebih dekat kurang beragam dan sebatas tempat wisata seperti *mall* yang ada di kota Malang, daripada itu juga tempat-tempat wisata yang disertakan hanya tempat wisata yang terkenal saja seperti Jatim Park 1, Jatim Park 2, dan Jatim Park 3 untuk area kota Malang. Ketujuh, layanan *customer* yang terbilang lama hampir satu hari dalam melakukan balasan, jika terlalu lama maka bisa berakibat ke *customer* karena mungkin saja *customer* bisa melakukan pembatalan pada H-1, jika layanan *customer* terlalu lama bisa mengakibatkan pelayanan menjadi tidak maksimal dan mengakibatkan *customer* merasa tidak nyaman. Dikarenakan beberapa permasalahan tersebut maka akan diberikan beberapa rekomendasi perbaikan berdasarkan dari penelitian kuantitatif yang dilakukan dan sesuai dengan metode *webqual 4.0* yang memiliki 3 variabel yaitu *usability*, *information quality*, dan *service interaction quality*.

Penelitian terkait dengan layanan *website* banyak sekali dilakukan salah satunya oleh Sanjaya(2012). Penelitian tersebut menilai menggunakan metode *webqual 4.0*. Penelitian tersebut menggunakan teknik kuesioner. Sampel yang diambil oleh beliau sebanyak 32 responden. Untuk analisis data dengan menggunakan software SPSS 16 dengan menggunakan teknik analisis berdasarkan penelitian kuantitatif dengan menyebarkan kuesioner serta uji validasi, uji reliabilitas kuesioner, dan menggunakan metode *webqual 4.0* serta *IPA*, dan hasilnya didapatkan bahwa variabel yang berpengaruh terhadap kepuasan pengguna adalah variabel *usability* dan *service interaction quality*. Selain itu, terdapat penelitian oleh Been C.S (2016), tentang mengukur kepuasan pelanggan terhadap situs lokal dengan studi kasus situs AliexPress di Indonesia. Maka dari itu, metode analisis kualitas layanan *website* seperti yang dijelaskan pada dua penelitian sebelumnya dapat digunakan juga untuk menilai kualitas layanan *website Airyrooms*.

Berdasarkan penjelasan diatas terkait dengan permasalahan dan penelitian sebelumnya, maka penulis melakukan sebuah penelitian dengan judul “EVALUASI KUALITAS LAYANAN WEBSITE AIRYROOMS.COM DENGAN MENGGUNAKAN METODE WEBQUAL 4.0 DAN IMPORTANCE AND PERFORMANCE ANALYSIS (IPA)”. Metode yang dipilih dan digunakan pada penelitian ini adalah *webqual 4.0*. *Webqual* merupakan sebuah metode yang sering digunakan untuk mengukur kualitas dari sebuah *website* dengan lebih melihat dari sisi pengguna. Metode ini dikembangkan dengan metode *Quality Function Deployment* (QFD) dan metode *webqual* sudah mengalami perkembangan hingga sekarang. Metode ini dipilih karena metode ini sangat cocok untuk mengevaluasi *website e-commerce*, *website* yang lebih fokus terhadap transaksi dan kenyamanan pengguna serta informasi-informasi yang telah diberikan dan juga pelayanan dari perusahaan *e-commerce* tersebut.

Metode kedua yang akan digunakan pada penelitian ini adalah metode *Importance and Performance Analysis (IPA)*. Metode *IPA* pertama kali dikenalkan pada tahun 1997 sebagai sebuah teknik analisis deskriptif. Metode kedua ini

berfungsi untuk mengetahui indikator ataupun faktor apa saja yang harus ditingkatkan kinerjanya berdasarkan kuadran yang sudah dikelompokkan dan tujuannya untuk memenuhi kepuasan bagi pengguna pada sebuah organisasi atau perusahaan. Sama seperti metode *webqual*, metode kedua ini terus berkembang dari tahun ke tahun.

Hasil dari penelitian ini adalah diagram kuadran *IPA* dimana pada setiap indikator pada variabel akan dikuadrankan berdasarkan aturan kuadran *IPA*. Hubungan dari metode pertama dan metode kedua adalah untuk mengetahui bagaimana kepuasan dengan mengukur melalui persepsi pengguna akhir dan prioritas mana yang harus ditingkatkan untuk memenuhi kebutuhan pelanggan. Setelah itu pada akhir pembahasan akan dilakukan pemberian rekomendasi perbaikan untuk perusahaan ataupun organisasi *airyrooms* berdasarkan hasil pengkuadranan dari diagram *IPA*.

1.2 Rumusan masalah

Berdasarkan penjabaran pada latar belakang maka didapatkan beberapa perumusan masalah antara lain sebagai berikut:

1. Bagaimana nilai kualitas layanan *website Airyrooms.com* berdasarkan *webqual* 4.0 yang terdiri dari variabel *usability*, *information quality*, dan *service interaction quality*?
2. Bagaimana analisa dan hasil pada variabel *usability*, *information quality*, dan *service interaction quality* pada *website Airyrooms.com* berdasarkan analisis *IPA*?
3. Apa rekomendasi yang dirumuskan untuk meningkatkan kualitas layanan *website Airyrooms.com* pada variabel *usability*, *information quality*, dan *service interaction quality*?

1.3 Tujuan

Setelah dilakukan penjabaran pada perumusan masalah maka tujuan yang ingin dicapai oleh peneliti antara lain sebagai berikut :

1. Mendeskripsikan kualitas layanan *website Airyrooms.com* terhadap kepuasan pengguna berdasarkan *webqual* 4.0 yang terdiri dari variabel *usability*, *information quality*, dan *service interaction quality*.
2. Mendeskripsikan harapan dari indikator-indikator yang bermasalah pada variabel *usability*, *information quality*, dan *service interaction quality* pada *website Airyrooms.com* berdasarkan analisis *IPA*.
3. Memberikan rekomendasi untuk meningkatkan kualitas layanan *website Airyrooms.com* pada variabel *usability*, *information quality*, dan *service interaction quality*.

1.4 Manfaat

Manfaat yang diinginkan saat melakukan penelitian ini antara lain sebagai berikut:

1. Bagi pengelola *website*: Mendapatkan rekomendasi perbaikan yang tujuannya adalah untuk memperbaiki kualitas layanan pada *website* Airyrooms.com agar dapat memenuhi kebutuhan dan kepuasan pelanggan dan dapat dijadikan ilmu untuk menjadi salah satu saran dalam mengembangkan usahanya.
2. Bagi Keilmuan: Memperkaya kajian layanan *website* untuk 3 variabel yaitu *usability*, *information quality*, dan *service interaction quality*.
3. Bagi Penelitian: Bahan rujukan penelitian yang sama terkait kajian layanan kualitas *website* menurut 3 variabel yaitu , *usability*, *information quality*, dan *service interaction quality*.

1.5 Batasan masalah

1. Responden dari penelitian ini merupakan masyarakat umum yang pernah mengakses dan bertransaksi di *website* Airyrooms.com, karena peneliti menginginkan data yang lebih valid dengan memberikan syarat yaitu pernah mengakses dan bertransaksi di *website* Airyrooms.com.
2. Penelitian hingga pemberian rekomendasi dari hasil analisis kuadran *IPA* dan berdasarkan penelitian sebelumnya, karena metode *IPA* dapat dipergunakan dalam memprioritaskan indikator-indikator pada tiap variabel mana yang harus diperbaiki terlebih dahulu dengan tujuan untuk memenuhi kebutuhan pelanggan.
3. Penelitian tidak bisa menggeneralisasi keseluruhan populasi di kota Malang karena menggunakan metode *convenience sampling*, karena metode *convenience sampling* dapat menimbulkan bias dan pemilihan responden sepenuhnya terserah pada penilaian peneliti sehingga peneliti bebas menentukan responden.
4. Daerah yang dijadikan objek penelitian hanya berada di Kota Malang, karena peneliti berdomisili di daerah Malang dan ingin meneliti pada wilayah di Kota Malang.

1.6 Sistematika pembahasan

Dokumentasi dari pembuatan penelitian ini ditunjukkan untuk memberikan uraian dan gambaran dari laporan skripsi secara garis besar dengan sistematika penulisan berikut ini, yaitu :

BAB I PENDAHULUAN

Pada bagian pertama menjelaskan terkait dengan latar belakang masalah yang diambil, rumusan masalah berdasarkan latar belakang, tujuan yang ingin dicapai pada penelitian, manfaat penelitian, batasan-batasan masalah penelitian, dan sistematika pembahasan penelitian.

BAB II LANDASAN KEPUSTAKAAN

Pada bagian ini menjelaskan terkait dengan kajian-kajian pustaka yang berkaitan dengan penelitian sebelumnya yang sesuai dengan penelitian ini serta landasan-landasan teori yang menjadi dasar pada penelitian yang akan dilakukan.

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

Pada bagian ini, menjelaskan terkait dengan tahap-tahap yang akan dilakukan demi mencapai tujuan penelitian mulai dengan pembuatan dan pengujian kuesioner, penentuan populasi dan juga sampel, metode analisis, pembahasan, dan kesimpulan dari data-data yang sudah didapatkan.

BAB IV HASIL DAN ANALISIS DATA

Pada bagian ini, menjelaskan setelah mendapatkan data akan dilakukan beberapa analisis data seperti normalitas, homogenitas, dan linearitas, lalu setelah dilakukan analisa data maka dilakukan analisis statistik deskriptif dan analisis kuadran IPA.

BAB V PEMBAHASAN

Menjelaskan tentang hasil yang didapatkan pada analisis data dan dilakukan rekomendasi perbaikan dari hasil temuan yang sudah peneliti dapatkan.

BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN

Pada bagian ini, dilakukan pembahasan terkait secara keseluruhan hasil temuan yang didapatkan oleh peneliti dan diberikan saran untuk penelitian selanjutnya.

BAB 2 LANDASAN KEPUSTAKAAN

2.1 Kajian Pustaka

Penelitian terkait dengan evaluasi kualitas layanan pada *website Airyrooms.com*, mengacu kepada penelitian-penelitian terdahulu dimana penelitian tersebut menggunakan metode yang sama yaitu *webqual 4.0* dan *Importance and Performance Analysis (IPA)*. Beberapa penelitian sebelumnya yaitu oleh, Mujahidin (2013), Been Chang Shia, et al. (2016) serta Santoso (2014).

Tabel 2.1 Kajian Pustaka 1

Metodologi	Hasil
Penelitian oleh Mujahidin (2013) dengan judul “Analisis Kualitas Layanan <i>Website</i> Kantor Pelayanan Perbendaharaan Negara (KPPN) Surabaya I Dengan Menggunakan <i>Webqual</i> ” bertujuan untuk mengukur kualitas <i>website</i> dari sisi kepuasan pengguna akhir dan keinginan pengunjung situs untuk menggunakan kembali layanan <i>website</i> KPPN Surabaya I, selain itu juga dapat diketahui hubungan kausal antara kualitas <i>website</i> dengan kepuasan pengguna akhir dan intensitas penggunaan kembali <i>website</i> . Jumlah sampel sebanyak 107 sampel dengan responden adalah mitra kerja KPPN Surabaya I	Adanya hubungan yang positif dan signifikan antara ketiga variabel konstruk yang membentuk model penelitian variabel kualitas layanan, tingkat kepuasan, dan intensitas penggunaan kembali <i>website</i> dan hasil analisis keempat dimensi kualitas <i>IPA</i> masalah respon time tampilan <i>website</i>

Kesimpulan pada penelitian oleh Mujahidin (2013) sebagai berikut: (1) Adanya hubungan yang positif dan signifikan antara ketiga variabel konstruk yang membentuk model penelitian variabel kualitas layanan, tingkat kepuasan, dan intensitas penggunaan kembali *website*; (2) Berdasarkan hasil analisis keempat dimensi kualitas *website* dengan *Importance and Performance Analysis (IPA)* yang diukur dari tiap-tiap indikatornya menemukan bahwa atribut *website* KPPN Surabaya I yang sangat perlu untuk mendapat perhatian adalah masalah *respon time* tampilan *website*, masalah *update* konten informasi serta masalah kesulitan interaksi dengan *website*. Ketiga atribut ini memiliki kesenjangan (*gap*) yang paling besar antara persepsi yang dirasakan pengguna saat ini dengan harapan ideal.

Tabel 2.2 Kajian Pustaka 2

Metodologi	Hasil
<p>Penelitian oleh Been Chang Shia, Mingchih Chen, Agus David Ramdansyah, dan Shuyan Wang berjudul "<i>Measuring Customer Satisfaction toward Localization Website by Webqual and Importance Performance Analysis (Case Study on AliexPress Site in Indonesia)</i>". Penelitian tersebut menganalisis persepsi dan harapan pengguna tentang kualitas <i>website</i> AliexPress di pasar Indonesia. Untuk mengetahui keefektifan digunakan metode <i>webqual</i> dengan dimensi <i>usability</i>, <i>information quality</i>, dan <i>service interaction quality</i> dan metode <i>Importance and Performance Analysis (IPA)</i>. Jumlah sampel sebanyak 90 orang dan semua adalah pelajar.</p>	<p>Menurut analisis kuadran pengembangan yang perlu dilakukan adalah pada bagian informasi dan layanan karena ekspektasi pengguna lebih tinggi. Dan dalam perbaikan harap mempertimbangkan budaya dan perilaku pengguna di Indonesia pada khususnya.</p>

Kesimpulan pada penelitian oleh Been Chang Shia sebagai berikut: hasil evaluasi *website* AliexPress dengan menggunakan *webqual and Importance and Performance Analysis (IPA)*, dapat disimpulkan bahwa beberapa kualitas *website* AliexPress tidak memenuhi harapan pengguna. Ada perbedaan nilai yang menunjukkan kesenjangan antara penilaian kinerja atau kualitas aktual dan tingkat kepentingan atau ideal kualitas yang diharapkan pengguna. Perbedaan kedua perspektif penilaian memiliki gap sebesar -0,92. Berdasarkan penilaian pengukuran tiga dimensi, dimensi *usability* memiliki celah nilai -0,72; dimensi *information quality* memiliki nilai gap -0,91 yang merupakan dimensi dengan gap terbesar dari tiga dimensi *webqual*; dimensi *service interaction* memiliki nilai gap 0,87 dan kualitas keseluruhan adalah -1,17. Dari hasil ini, kita dapat simpulkan bahwa kualitas yang dirasakan sebenarnya tidak memenuhi kualitas ideal pengguna AliexPress yang diinginkan di Indonesia, terutama kualitas yang terkait dengan informasi di *website*. Atribut ini membutuhkan perhatian lebih karena ekspektasi pengguna yang lebih tinggi. Dalam perbaikan atau pengembangan atribut ini, akan lebih bijak untuk mempertimbangkan unsur-unsur yang terkait dengan strategi pelokalan termasuk budaya dan perilaku pengguna lokal.

Tabel 2.3 Kajian Pustaka 3

Metodologi	Hasil
<p>Penelitian oleh Santoso, “Analisis Kualitas <i>Website</i> Menggunakan Metode <i>Webqual</i> dan <i>Importance and Performance Analysis (IPA)</i> Pada Situs Kaskus”, bertujuan untuk menganalisis kualitas <i>website</i> Kaskus dengan metode <i>Webqual</i> serta metode <i>Importance and Performance Analysis (IPA)</i> dengan pendekatan metode penelitian deskriptif kuantitatif. Teknik yang digunakan dalam pengambilan sampel pada penelitian ini adalah <i>judgement sampling</i> yang diukur berdasarkan enam (6) skala mulai dari sangat tidak setuju sampai sangat setuju. Jumlah sampel sebanyak 80 responden dari mahasiswa</p>	<p>Hasil yang diperoleh yang diukur berdasarkan tingkat kinerja dan tingkat kepentingan <i>website</i> Kaskus secara aktual dirasakan belum memenuhi kualitas ideal terutama yang berhubungan dengan informasi dan layanan yang terdapat pada <i>website</i> Kaskus.</p>

Kesimpulan pada penelitian Santoso dengan menggunakan metode *webqual* dan *Importance and Performance Analysis (IPA)*, maka dapat diambil kesimpulan bahwa kualitas *website* Kaskus belum sesuai dengan harapan pengguna. Terdapat perbedaan yang memperlihatkan adanya kesenjangan (gap) antara dua perspektif penilaian antara tingkat kinerja (*performance*) atau kualitas aktual yang dirasakan oleh pengguna dan tingkat kepentingan (*importance*) atau kualitas ideal yang diharapkan. Secara keseluruhan, selisih dari kedua perspektif penilaian ini atau gap bernilai negative dengan nilai sebesar $-(0,84)$. Berdasarkan penilaian ketiga dimensi pengukuran, dimensi *usability* memiliki nilai selisih $-(0,75)$, dimensi *service interaction quality* memiliki nilai selisih atau gap sebesar $-(0,80)$ dan dimensi *information quality* memiliki nilai selisih atau gap paling besar sebesar $-(0,97)$. Berdasarkan hal tersebut dapat disimpulkan bahwa kualitas aktual yang dirasakan belum bisa memenuhi kualitas ideal yang diinginkan pengguna *website* Kaskus terutama dari atribut kualitas yang berhubungan dengan informasi dalam *website*. Menurut analisis empat kuadran, atribut kualitas yang menjadi prioritas utama perbaikan adalah informasi dengan tingkat detail yang tepat. Atribut informasi dapat dipercaya, keamanan dalam bertransaksi, informasi akurat, keamanan informasi pribadi, informasi dalam format yang sesuai, informasi aktual, informasi relevan, dan mudah melakukan navigasi yang mana menjadi atribut yang tergabung dalam dimensi *information quality* dan *service interaction quality* yang juga perlu menjadi perhatian dari manajemen *website* Kaskus.

2.2 Kualitas Layanan

Menurut Feigenbaum, kualitas memiliki arti sebagai karakteristik secara seluruh yang merupakan produk dan jasa yang meliputi *engineering, marketing, manufacture*, dan produk serta jasa tersebut diharapkan agar dapat memenuhi kebutuhan dan harapan dari pelanggan. *Website* dikatakan memiliki kualitas yang baik, yaitu dapat memberikan kepuasan terhadap pengguna yang merupakan sebuah fungsi dari layanan *website*. Desain yang menarik, representational, interatif, dan aman merupakan beberapa kriteria sebuah situs *website* dengan kualitas yang baik.

Salah satu konsentrasi utama yang akan selalu dicari bagi konsumen adalah kualitas. Karena pada saat ini konsumen atau pengguna akan merasa puas dan tidak akan dirugikan jika produk ataupun jasa memiliki kualitas yang baik. *Website* adalah sebagai kumpulan halaman yang berisikan informasi teks, gambar diam ataupun gerak, animasi, suara dan gabungan dari semuanya. Oleh karena itu maka sebuah *website* dibuat semenarik mungkin dan mudah untuk dipahami agar pengguna merasa nyaman. Kualitas yang baik berdampak positif pada kepuasan pelanggan (Assegaff, 2009).

Pelayanan merupakan terjemahan istilah *service* dalam bahasa Inggris yang menurut Kotler(2005, disitasi dalam Tjiptono, 2011), yaitu setiap tindakan atau perbuatan yang dapat ditawarkan oleh satu pihak ke pihak lain, yang pada dasarnya bersifat *intangible* (tidak berwujud fisik) dan tidak menghasilkan kepemilikan sesuatu. Selain itu pelayanan memiliki pengertian sebagai membantu menyiapkan (atau mengurus) apa yang diperlukan seseorang. Manfaat yang diperoleh organisasi dengan tercapainya tingkat kepuasan pelanggan, yaitu: (1) meningkatkan loyalitas pelanggan; (2) mencegah terjadinya perputaran pelanggan; (3) mengurangi sensitivitas pelanggan terhadap harga; (4) mengurangi biaya kegagalan pemasaran; (5) meningkatkan efektivitas iklan; dan (6) meningkatkan reputasi bisnis (Fornell, 1992).

Menurut Kotler(2005, disitasi dalam Baginda 2016) kualitas yang rendah akan berdampak pada kepuasan pelanggan. Semakin tingginya persaingan juga akan menyebabkan pelanggan memiliki lebih banyak alternatif produk mulai dari harga, jenis, dan kualitas yang bervariasi. Hal tersebut membuat pelanggan akan berusaha selalu mencari nilai yang dianggap paling tinggi dari beberapa produk. Tantangan bagi semua *e-commerce* adalah untuk memahami kebutuhan para pelanggannya dan terus mengembangkan *website* yang dimiliki. Karena citra yang buruk di internet akan melemahkan posisi *e-commerce* dalam persaingan. Oleh karena itu penting bagi *e-commerce* untuk membuat penilaian kualitas pelayanan mereka, seperti memahami harapan penggunaannya dengan demikian *e-commerce* dapat tetap bersaing dari waktu ke waktu.

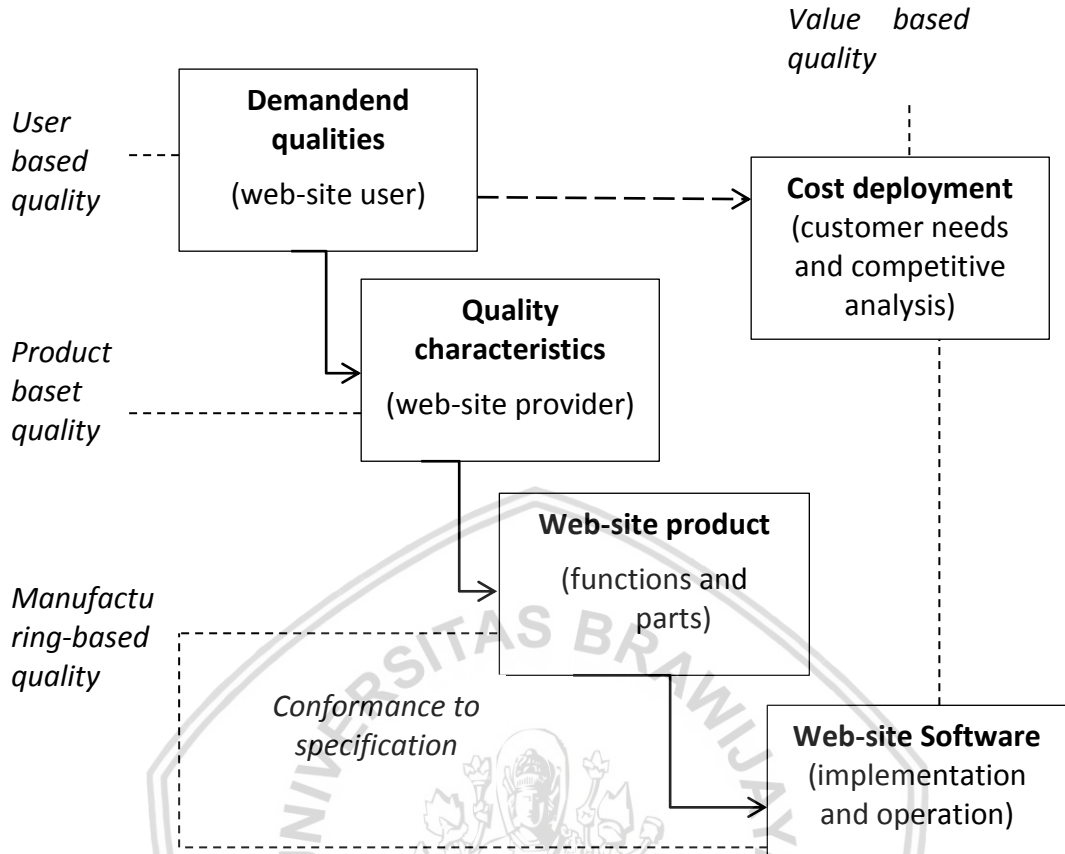
2.3 Layanan TI

Teknologi informasi adalah sarana dan prasarana (*hardware, software, dan useware*) sistem dan metode untuk memperoleh, mengirimkan, mengolah, menafsirkan, menyimpan, mengorganisasikan, dan menggunakan data secara bermakna (Bambang, 2008). Menurut McKeown dalam Suyanto (2005) teknologi informasi merujuk pada seluruh bentuk teknologi yang digunakan untuk menciptakan, menyimpan, mengubah, dan menggunakan informasi dalam segala bentuknya. Dari pendapat para ahli di atas dapat disimpulkan bahwa teknologi informasi adalah suatu teknologi berupa (*hardware, software, useware*) yang digunakan untuk memperoleh, mengirimkan, mengolah, menafsirkan, menyimpan, mengorganisasikan, dan menggunakan data secara bermakna untuk memperoleh informasi yang berkualitas.

Pelayanan merupakan terjemahan istilah *service* dalam bahasa Inggris yang menurut Kotler (2005, disitasi dalam Tjiptono, 2011), yaitu setiap tindakan atau perbuatan yang dapat ditawarkan oleh satu pihak ke pihak lain, yang pada dasarnya bersifat *intangible* (tidak berwujud fisik) dan tidak menghasilkan kepemilikan sesuatu. Selain itu pelayanan memiliki pengertian sebagai membantu menyiapkan (atau mengurus) apa yang diperlukan seseorang. Pelayanan adalah usaha pemberian bantuan atau pertolongan kepada orang lain, baik berupa materiil maupun non materiil agar orang itu dapat mengatasi masalahnya sendiri. Pelayanan juga bisa diartikan sebagai proses pemenuhan kebutuhan melalui aktivitas orang lain secara langsung. Arti lain juga menyebutkan bahwa pelayanan (*service*) dapat didefinisikan sebagai suatu tindakan atau kinerja yang diberikan oleh seseorang kepada orang lain. Pelayanan atau lebih dikenal dengan *service* dapat diklasifikasikan menjadi *high contact service* dan *low contact service*. *High contact service*, yaitu klasifikasi pelayanan jasa dimana kontak antara konsumen dan penyedia jasa yang sangat tinggi, konsumen selalu terlibat dalam proses dari layanan jasa tersebut. *Low contact service*, yaitu klasifikasi pelayanan jasa dimana kontak antara konsumen dengan penyedia jasa tidak terlalu tinggi.

2.4 Webqual 4.0

Webqual merupakan salah satu metode atau teknik pengukuran kualitas *website* berdasarkan persepsi pengguna akhir atau secara kuantitatif. Metode ini merupakan pengembangan dari SERVQUAL (Zeithaml, 1990) yang banyak digunakan sebelumnya pada pengukuran kualitas jasa. *Webqual* mengubah penilaian pelanggan secara kualitatif menjadi kuantitatif yang berguna untuk pengambilan keputusan manajemen. *Webqual* sudah mengalami beberapa perbaikan mulai dari *webqual 1.0* hingga 4.0. Instrumen penelitian pada *Webqual* tersebut dikembangkan dengan metode *Quality Function Development* (QFD), seperti yang terlihat pada Gambar 2.1



Gambar 2.1 Quality Function Deployment (QFD)

Sumber : Barnes & Vidgen (2003)

Quality Function Deployment (QFD) diperkenalkan oleh Yoji Akao, Professor of Management Engineering dari Tamagawa University yang dikembangkan dari praktek dan pengalaman industri-industri di Jepang. Pertama kali dikembangkan pada tahun 1972 oleh perusahaan Mitsubishi di Kobe Shipyard, dan diadopsi oleh Toyota pada tahun 1978. Fokus utama dari QFD ini yaitu melibatkan pelanggan pada proses pengembangan produk sedini mungkin. QFD merupakan suatu metodologi yang digunakan oleh perusahaan untuk mengatisipasi dan menentukan prioritas kebutuhan dan keinginan konsumen, serta menggabungkan kebutuhan dan keinginan konsumen tersebut dalam produk dan jasa yang disediakan bagi konsumen. Menurut Oakland J.S (1994), QFD adalah suatu sistem untuk mendesain sebuah produk atau jasa yang berdasarkan permintaan pelanggan, dengan melibatkan partisipasi fungsi-fungsi yang terdapat dalam organisasi tertentu.

Manfaat dari perusahaan menggunakan metode *Quality Function Deployment* adalah mengurangi biaya: pada metode ini lebih berfokus pada pelanggan dengan segala *feedback* dan juga inputan yang berasal dari pelanggan ataupun pengguna untuk memenuhi kebutuhan dan harapan dari pelanggan. Pelanggan pada metode ini sangat berperan penting dari suatu organisasi dengan menerapkan sebuah QFD, diharapkan pelanggan sangat berperang penting

dalam fokusnya di bagian harapan dan keinginan dari pengguna. QFD juga fokus terhadap orientasi di bagian kelompok, keputusan yang diambil dan didapatkan harus melewati diskusi dengan semua pihak yang terkait harus ikut terlibat, selain itu pula QFD juga melihat pada data serta dokumentasi yang berasal dari pelanggan dengan isinya antara lain kebutuhan dan harapan dari pelanggan. Data dan dokumentasi ini sangat berguna untuk mengetahui apa harapan dan kebutuhan dari pelanggan sehingga sebuah perusahaan dapat memperbaiki dirinya dari waktu ke waktu.

Webqual 4.0 terdiri dari beberapa variabel dan variabel utama yang diambil yaitu pada variabel *usability*, variabel *information quality*, variabel *service interaction quality*. Barnes & Vidgen (2003) menjelaskan dan mendefinisikan ketiga variabel tersebut sebagai berikut, *usability* terdiri dari beberapa indikator atau meliputi kemudahan dalam mempelajari, kemudahan dalam menggunakan, tampilan desain yang menarik, tampilan bentuk visual yang menarik, memiliki reputasi ataupun kompetensi yang baik, serta dapat memberikan pengalaman baru yang dapat menimbulkan kesenangan. Variabel kedua yaitu *information quality* terdiri dari beberapa indikator seperti informasi yang akurat, informasi yang *up to date*, informasi yang dapat dipercaya, informasi yang diberikan sesuai dengan keinginan dan kebutuhan pelanggan, informasi yang mudah dipahami dan detail, serta informasi yang diberikan sesuai dengan format. Variabel ketiga yaitu *service interaction quality* terdiri dari beberapa indikator seperti memberikan rasa keamanan dan kepercayaan saat bertransaksi, memberikan kemudahan dalam berkomunikasi terhadap layanan servis, memberikan rasa empati kepada pelanggan, menciptakan perasaan yang personal, memberikan kepercayaan dalam menyimpan informasi pengguna, dan mampu memberikan keyakinan bahwa produk atau jasa dapat sampai sesuai dengan perjanjian yang sudah ditepati.

2.5 Usability

Menurut Dumas (1999, disitasi dalam Dwi 2012) *usability* adalah sebuah kemampuan yang digunakan untuk mengukur pengalaman pengguna dalam berinteraksi dengan sistem dimana tujuan dari adanya sistem adalah untuk mencapai efektivitas, efisiensi dan kepuasan penggunaannya. *Usability* digunakan untuk mengetahui seberapa mudah sistem dapat dipelajari dan digunakan oleh pengguna serta seberapa puas pengguna berinteraksi dengan sistem tersebut. Dalam arti lain *usability* adalah mutu yang berhubungan dengan rancangan *site*, dan kegunaan sebagai contoh penampilan, kemudahan penggunaan, kemudahan untuk dipelajari, navigasi dan gambaran yang disampaikan kepada pengguna.

Menurut Barnes & Vidgen (2002) untuk menilai *usability* dikatakan baik atau tidak dapat dilakukan dari indikator-indikator berikut ini: (1) *appearance* (tampilan sistem apakah menarik bagi para pengguna sehingga dapat meningkatkan kredibilitas serta menawarkan kejelasan dan tampilan *visual* dalam *website*); (2) *ease of use and navigation* (kemudahan dalam penggunaan saat pertama kali menggunakan *website* tersebut atau sudah lama tidak

menggunakan *website* tersebut dan kemudahan bagi pengguna untuk mengontrol navigasi *website* dalam mencari fitur ataupun konten); dan (3) *the image conveyed to the user* (penyampaian kepada pengguna bagaimana desain *website* memberikan emosi kepada pengguna yang diungkapkan melalui gambar ataupun warna).

Indikator pada pengujian *usability* ada bermacam-macam. Menurut Nielsen (2012) untuk menilai *usability* dikatakan baik atau tidak dapat dilakukan dari indikator-indikator berikut ini: 5 kualitas komponen, yaitu: (1) *learnability* (kemampuan pengguna berinteraksi saat pengguna pertama kali melihat desain sistem); (2) *efficiency* (seberapa cepat mereka dapat berinteraksi dengan sistem setelah melakukannya sebelumnya); (3) *memorability* (setelah lama tidak berinteraksi dengan sistem, seberapa mudah mereka dapat berinteraksi dengan sistem); (4) *errors* (kesalahan yang dialami pengguna, dan seberapa mudah mereka dapat menemukan jalan keluar); dan (5) *satisfaction* (bagaimana kepuasan pengguna dengan desain fitur seperti mengembangkan desain fitur tertentu yang dapat menarik pengguna dan menjaga pelanggan yang sudah puas).

Dan dari para ahli tersebut berdasar indikator-indikator yang mereka katakan dapat dijadikan sebagai cara untuk mengetahui dan mengukur seberapa baik *usability* ataupun desain sistem pada sebuah *website* karena apa yang disajikan pada variabel *usability* sangat berpengaruh besar pada *e-commerce* karena jika pelanggan tidak menemukan produk yang mereka inginkan maka mereka tidak akan pernah mau membelinya .

Dan pada penelitian ini menggunakan beberapa indikator dari Barnes & Vidgen (2002) dan Nielsen (2012). Pada variabel *usability* maka indikator-indikator yang akan diambil antara lain: (1) *appearance*; (2) *ease of use and navigation*; (3) *the image conveyed to the user*; (4) *learnability*; (5) *efficiency*; (6) *errors*; dan (7) *satisfaction*. Indikator *memorability* tidak digunakan pada penelitian ini dikarenakan memiliki kesamaan pada variabel *ease of use and navigation*.

2.6 Information Quality

Information quality adalah kemampuan dalam memenuhi kebutuhan informasi yang diperlukan dan sesuai dengan kebutuhan penggunanya. Informasi yang diperlukan sebuah *website* adalah informasi yang mudah untuk dipahami, penyajian konten yang detail, relevansi, dan keamanan informasinya terjaga (DeLone & McLean, 2003). Perusahaan atau penyedia informasi harus menyesuaikan informasi yang akan diberikan kepada pelanggan agar sesuai dengan kualitas informasi yang diperlukan oleh pelanggan. Namun, pelangganlah yang akan menentukan dan melihat apakah informasi yang telah disajikan oleh penyedia informasi sudah sesuai dengan keinginan dan kebutuhan mereka masing-masing. Karena sebuah informasi tidak hanya dinilai oleh seorang pelanggan namun berasal dari keseluruhan pelanggan yang melihat informasi tersebut dalam sisi yang berbeda (Strong & Lee, 1997). Dalam arti lain

information quality adalah sebuah kemampuan untuk mengetahui informasi dikatakan sesuai atau tidak terhadap tujuan yang sudah direncanakan oleh penyedia informasi seperti akurat, terbaru dan juga relevan.

Untuk mengetahui dan melihat apakah informasi dapat dikatakan berkualitas maka terdapat beberapa indikator yang dapat diuji. Indikator *information quality* menurut Barnes & Vidgen (2002), yaitu: (1) *accuracy* (informasi yang diberikan tidak menimbulkan pertanyaan bagi penerima informasi serta sesuai dengan realita yang terjadi); (2) *format* (sesuai dengan format penyampaian informasi); dan (3) *relevance* (informasi tepat sasaran atau bermanfaat bagi yang menerima seperti menggunakan bahasa yang mudah dimengerti).

Sedangkan menurut Katerattanakul & Siau (1999) indikator *information quality*, yaitu: (1) *Intrinsic* (informasi yang disampaikan berkualitas dan akurat); (2) *contextual* (informasi yang disampaikan relevan dan detail); (3) *representational* (merepresentasikan format informasi yang pada jelas dan ringkas seperti ukuran *font* atau teks dalam *website* serta apakah *website* tetap konsisten di setiap halamannya); dan (4) *accessibility* (memperoleh/mengakses informasi). Dari penjelasan diatas maka semakin detail dan akurat, mudah dipahami, tepat sasaran, ringkas, dan relevan serta informasi yang aman merupakan kunci dalam memberikan informasi yang berkualitas. Dan hal tersebut akan berdampak pada kepuasan pengguna sistem.

Dan pada penelitian ini peneliti mengambil beberapa indikator Barnes & Vidgen (2002) dan Katerattanakul & Siau (1999). Indikator yang diambil pada variabel-variabel *information quality* ini adalah: (1) *accuracy*; (2) *relevance*; (3) *representational*; dan (4) *accessibility*. Indikator *intrinsik*, *format*, dan *contextual* tidak digunakan pada penelitian ini dikarenakan pada indikator *intrinsik* memiliki kesamaan arti dengan indikator *accuracy*, sedangkan pada indikator *format* memiliki kesamaan dengan indikator *representational* dan pada indikator *contextual* memiliki kesamaan dengan indikator *relevance*.

2.7 Service Interaction Quality

Meningkatkan variabel *service interaction quality* dapat dilakukan dengan cara meningkatkan pelayanan pada *front office* sehingga dapat meningkatkan kualitas dari pelayanan sebuah *website* dengan tidak memberikan batas jam pelayanan (Barnes & Vidgen, 2002). Pelayanan yang berkualitas adalah mengenai pelayanan yang diberikan oleh sebuah organisasi yang disampaikan kepada pengguna. Dapat berupa keamanan serta kenyamanan dari sebuah *website*. Dalam arti lain *Service Interaction Quality* adalah kemampuan interaksi pelayanan yang dialami oleh pengguna ketika mereka menyelidiki ke dalam situs lebih dalam, yang terwujud dengan kepercayaan dan empati, sebagai contoh reputasi yang baik, keamanan dalam transaksi, keamanan data pribadi, dan penyerahan sesuai yang dijanjikan. (DeLone & McLean, 2003)

Dalam melakukan pengukuran terhadap baik atau tidaknya sebuah layanan dapat dilakukan dengan mengukur beberapa indikator-indikator menurut Barnes & Vidgen (2002), yaitu: (1) *trust* (menimbulkan rasa percaya terhadap *website* karena pemberian data diri maupun pemberian profil); dan (2) *empathy* (memahami kebutuhan pengguna dengan memberikan perhatian secara individu sehingga dapat menarik penggunaannya untuk tetap loyal). Diwujudkan dengan memberikan keamanan dari adanya masalah transaksi dan informasi, pengiriman produk dan personalisasi serta komunikasi perusahaan dengan konsumennya.

Dan dalam melakukan pengukuran terhadap sebuah layanan dapat dikatakan baik atau tidak dapat mengukur beberapa indikator menurut DeLone & McLean (2003) indikator dalam menentukan *service interaction quality*, yaitu: (1) *assurance* (memastikan kecepatan akses, kemampuan karyawan dalam menumbuhkan rasa percaya dan aman kepada pengguna); (2) *empathy* (memahami kebutuhan pengguna dengan memberikan perhatian secara individu sehingga dapat menarik penggunaannya untuk tetap loyal); dan (3) *responsiveness* (ketanggapan layanan yang diberikan kepada pengguna saat terjadi keluhan pada pengguna).

Service interaction quality adalah salah satu bentuk cara yang diberikan perusahaan ataupun organisasi terhadap pelanggan dengan memberikan pelayanan yang sebaik mungkin dengan berbagai cara untuk menjaga loyalitas pelanggan yang sudah dimilikinya, karena salah satu variabel ini merupakan variabel penting dalam mencapai sebuah keberhasilan sistem informasi khususnya bagi para *e-commerce* karena pelayanan merupakan bagian penting yang harus dijaga kestabilannya.

Dan pada penelitian ini menggunakan beberapa indikator dari Barnes & Vidgen (2002) dan DeLone & McLean (2003). Indikator yang diambil pada variabel-variabel *Service Interaction Quality* ini adalah: (1) *trust*; (2) *empathy*; dan (3) *responsiveness*. Terdapat satu indikator yaitu *assurance* tidak dipakai dikarenakan memiliki kesamaan dengan indikator *trust*.

2.8 Importance and Performance and Analysis (IPA)

Importance and Performance Analysis adalah sebuah teknik yang digunakan untuk mengetahui dan mengidentifikasi indikator-indikator dari produk ataupun jasa yang merupakan prioritas bagi pelanggan sehingga dapat diadakan pengembangan ataupun penghematan anggaran agar memungkinkan untuk tidak terjadi kerugian yang signifikan terhadap kualitas secara keseluruhan. *IPA* diperkenalkan oleh Martilla & James dan terdokumentasi dengan baik serta telah mampu menunjukkan kemampuan untuk menyediakan manajerial pelayanan dengan informasi yang berharga untuk pengukuran kepuasan keduanya dan alokasi sumber daya yang efisien di dalam format yang sesuai dengan mudah (Magal & Levenburg, 2005).

Metode *Importance and Performance Analysis (IPA)* pertama kali diperkenalkan oleh Martilla & James (1977) dengan tujuan untuk mengukur

hubungan antara persepsi konsumen dan prioritas peningkatan kualitas produk/jasa yang dikenal pula sebagai *quadrant analysis* (Latu dan Everett, 2000). *IPA* telah diterima secara umum dan dipergunakan pada berbagai bidang kajian karena kemudahan untuk diterapkan dan tampilan hasil analisa yang memudahkan usulan perbaikan kinerja.

Pada analisis *IPA* terdapat penilaian terhadap atribut-atribut barang atau jasa berdasarkan harapan pengguna dan bagaimana produk dan jasa tersebut dirasakan oleh pengguna yang didapatkan dari hasil *survey* atau literatur-literatur yang ada. Penilaian ini dilakukan untuk mempermudah penjelasan data serta mendapatkan usulan praktis dimana hasil dari rata-rata kinerja dan kepentingan akan dijadikan titik perpotongan sumbu X dan sumbu Y pada kuadran diagram kartesius. Dengan rumus penilaian sebagai berikut :

$$\bar{X} = \frac{\sum Xi}{n} \quad (2.1)$$

Pada Persamaan 2.1 terkait dengan skor tingkat kinerja \bar{X} adalah rata-rata dari hasil penilaian atribut kinerja ke- , $\sum Xi$ adalah hasil penilaian atribut kinerja ke- , dan n adalah jumlah responden.

$$\bar{\bar{X}} = \frac{\sum_{i=1}^k \bar{X}}{k} \quad (2.2)$$

Pada Persamaan 2.2 terkait dengan skor rata-rata tingkat kinerja yang akan dijadikan perpotongan sumbu X. $\bar{\bar{X}}$ adalah rata-rata dari hasil penilaian atribut kinerja total , \bar{X} adalah rata-rata tingkat penilaian atribut kinerja ke- , dan k adalah jumlah atribut.

$$\bar{Y} = \frac{\sum Yi}{n} \quad (2.3)$$

Pada Persamaan 2.3 terkait dengan skor tingkat kepentingan \bar{Y} adalah rata-rata dari hasil penilaian atribut kepentingan ke- , $\sum Yi$ adalah hasil penilaian atribut kepentingan ke- , dan n adalah jumlah responden.

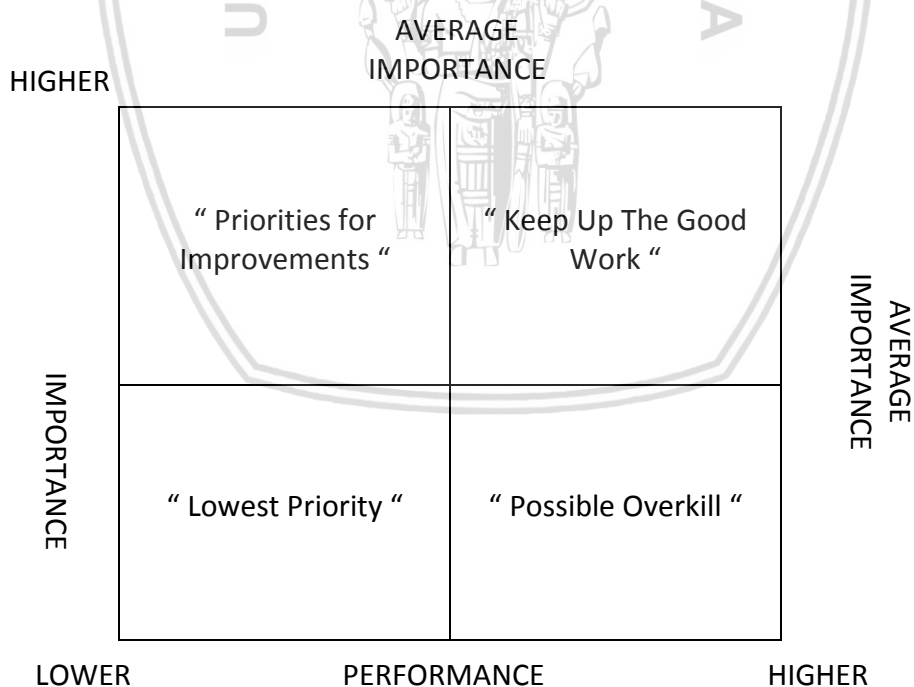
$$\bar{\bar{Y}} = \frac{\sum_{i=1}^k \bar{Y}}{k} \quad (2.4)$$

Pada Persamaan 2.4 terkait dengan skor rata-rata tingkat kepentingan yang akan dijadikan perpotongan sumbu Y. $\bar{\bar{Y}}$ adalah bobot rata-rata tingkat penilaian atribut kepentingan total , \bar{Y} adalah bobot rata-rata tingkat penilaian atribut kepentingan ke- , dan k adalah jumlah atribut.

IPA mempunyai fungsi utama untuk menampilkan informasi berkaitan dengan faktor-faktor pelayanan yang menurut konsumen sangat mempengaruhi kepuasan dan loyalitas mereka, dan faktor-faktor pelayanan yang menurut konsumen perlu ditingkatkan karena kondisi saat ini belum memuaskan. *IPA* menggunakan 2 faktor yaitu faktor pada kinerja saat ini menurut pengguna dan tingkat kepuasan ataupun harapan dari pengguna. Pada Grafik *IPA* dibagi menjadi 4 kuadran yang dapat mempermudah dalam pengklasifikasian indikator-indikator ke keempat kuadran tersebut berdasarkan hasil pengukuran dari kinerja dan juga harapan dari pengguna. Mengenai metode *IPA* bahwa atribut *performance* digambarkan sepanjang sumbu-X dan atribut *importance* (kepuasan

dan kualitas pelayanan) digambarkan sepanjang sumbu-Y (Martila & James, 1977). Berikut penjelasan untuk masing-masing kuadran (Martilla & James, 1977). Pada kuadran pertama adalah *"Priorities for Improvement"* kuadran ini menggambarkan bahwa indikator-indikator yang berada pada kuadran ini memiliki nilai kinerja yang rendah namun memiliki nilai kepentingan yang tinggi. Oleh karena itu, indikator yang berada pada kuadran ini sangat diprioritaskan untuk dilakukan perbaikan kualitas. Pada kuadran kedua adalah *"Keep up the good work"* kuadran ini menggambarkan bahwa indikator-indikator yang berada pada kuadran ini memiliki nilai kinerja yang tinggi dan nilai kepentingan yang tinggi juga sehingga tidak diperlukan perbaikan kualitas yang perlu dilakukan hanya mempertahankan kualitas. Pada kuadran ketiga adalah *"Lowest priority"* kuadran ini menggambarkan bahwa indikator-indikator yang berada pada kuadran ini memiliki nilai kinerja yang rendah dan nilai kepentingan yang rendah juga, sehingga tidak diprioritaskan untuk dilakukan perbaikan kualitas. Pada kuadran keempat adalah *"Possible Overkill"* kuadran ini menggambarkan bahwa indikator-indikator yang berada pada kuadran ini memiliki nilai kinerja yang tinggi dan nilai kepentingan yang tinggi juga sehingga kualitas pada atribut ini cenderung berlebihan dan disarankan untuk mengalokasikan tingkat kinerja pada atribut di kuadran satu.

Berikut ini adalah penggambaran dari pembagian kuadran yang terdapat pada IPA yang dapat dilihat pada Gambar 2.2 dibawah ini.



Gambar 2. 2 Kuadran IPA

Sumber : (Brandt, 2000)

Analisis kesesuaian memiliki fungsi untuk mengetahui anggapan dari pengguna akhir terhadap kualitas dari sebuah *website*. Analisis ini dilakukan dengan cara membandingkan antara nilai total kepentingan terhadap total kinerja dan dikalikan 100 persen sesuai dengan persamaan 2.5.

$$Tki = \frac{x_i}{y_i} \times 100\% \quad (2.5)$$

Pada Persamaan 2.5 terkait dengan analisis kesesuaian dimana Tki adalah nilai kesesuaian pada responden, x_i adalah total nilai dari kinerja, dan y_i adalah total nilai dari kepentingan

Ada beberapa kriteria pada nilai kesesuaian pelanggan atau pengguna, antara lain: tingkat kesesuaian lebih dari 100%, tingkat kesesuaian sama dengan 100%, dan tingkat kesesuaian kurang dari 100%. Tingkat kesesuaian lebih dari 100%, berarti kualitas layanan yang diberikan telah melebihi apa yang dianggap penting oleh pelanggan pelayanan sangat memuaskan. Tingkat kesesuaian sama dengan 100%, berarti kualitas layanan yang diberikan memenuhi apa yang dianggap penting oleh pelanggan pelayanan telah memuaskan. Tingkat kesesuaian kurang dari 100% berarti kualitas layanan yang diberikan kurang/tidak memenuhi apa yang dianggap penting oleh pelanggan pelayanan belum memuaskan.

Dalam tingkat kesesuaian $< 100\%$ dapat dijelaskan lagi sebagai berikut : 0-32% pengguna Sangat Tidak Puas, 33-65% pengguna Tidak Puas, dan 66-99% pengguna Kurang Puas

Analisis kesenjangan (GAP) digunakan untuk mendeskripsikan berapa jarak atau performa yang dimiliki oleh sebuah *website* berdasarkan terhadap pengguna akhir. Cara mencari nilai dari kesenjangan adalah mencari selisih antara nilai dari rerata kinerja dan juga rerata dari nilai kepentingan yang sesuai dengan Persamaan 2.6.

$$Qi(Gap) = Perf(i) - Imp(i) \quad (2.6)$$

Pada Persamaan 2.6 terkait dengan analisis kesenjangan (GAP) $Qi(Gap)$ adalah nilai dari kesenjangan, $Perf(i)$ adalah rerata kinerja, dan $Imp(i)$ adalah rerata kepentingan.

Hasil dari analisis GAP nantinya dapat dijadikan sebagai acuan untuk menunjukkan jika hasilnya bersifat positif atau lebih dari 0 maka *website* sudah bekerja sesuai dengan harapan dan keinginan pengguna. Namun, jika sebaliknya hasil menunjukkan angka negative atau kurang dari 0 maka *website* belum bekerja sesuai dengan harapan dan keinginan pengguna.

2.9 Populasi dan Sampel

2.9.1 Populasi

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas, obyek/subjek yang mempunyai kuantitas & karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti

untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2008). Kata populasi sendiri diadopsi dari bahasa Inggris yaitu "*population*" yang artinya jumlah penduduk. Dalam sebuah penelitian, kata populasi digunakan untuk menyebutkan sekelompok objek yang menjadi sasaran penelitian.

Kata objek yang dimaksud pada populasi bukan hanya ditujukan untuk orang atau makhluk hidup tetapi benda-benda alam dan juga benda mati lainnya. Populasi juga bisa mengacu pada karakter ataupun sifat-sifat yang dimiliki oleh objek itu sendiri. Populasi juga tidak harus menuju kepada objek berjumlah banyak tetapi satu objek pun bisa disebut sebagai populasi karena memiliki berbagai karakter dan sifat.

2.9.2 Sampel

Sampel adalah suatu prosedur pengambilan data, di mana hanya sebagian populasi saja yang diambil dan dipergunakan untuk menentukan sifat serta ciri yang dikehendaki dari suatu populasi (Siregar, 2014). Sampel merupakan bagian kecil dari anggota populasi atau sebagian jumlah maupun karakter yang dimiliki oleh populasi yang dapat mewakili populasi itu sendiri. Sampel tidak bisa diambil secara acak namun harus berdasarkan prosedur tertentu. Gay & Diehl (1992) pada kajian penelitian untuk kelas bisnis dan manajemen memberikan saran ukuran sampel minimal, yaitu: penelitian deskriptif adalah jumlah sampel minimum adalah 10% dari populasi, penelitian korelasi, jumlah sampel minimum adalah 30 subjek, penelitian kausal perbandingan, jumlah sampel minimum adalah 30 subjek per group, penelitian eksperimental, jumlah sampel minimum adalah 15 subjek per group. Sedangkan Fraenkel et. al. dalam Susila (2012) pada kajian penelitian evaluasi pendidikan menyarankan bahwa penelitian deskriptif jumlah sampel minimum adalah 100 sampel, penelitian korelasi jumlah sampel minimum adalah 50 sampel, penelitian kausal-perbandingan sebanyak 30 sampel untuk setiap group, dan penelitian eksperimental sebanyak 30 atau 15 per group. Populasi cenderung besar atau berjumlah banyak sehingga tidak memungkinkan peneliti untuk mempelajari keseluruhan dari populasi karena keterbatasan biaya, tenaga dan waktu. Maka dari itu peneliti perlu menggunakan sampel yang diambil dari populasi itu sendiri.

Secara umum terdapat dua metode dalam melakukan sampling (Suhermin dan Rusliah, 1989) yaitu: *probability sampling* dan juga *non-probability sampling*. *Probability sampling* merupakan metode sampling yang memiliki syarat yaitu peluang yang sama untuk dapat terpilih sebagai sampel. Metode ini memungkinkan peneliti dapat membuat pernyataan secara statistik dari adanya sampel. Jenis sampling pada metode ini antara lain, *simple random sampling*, *stratified random sampling*, dan *cluster random sampling*. *Simple random sampling* adalah teknik pengambilan sampel secara acak dan sederhana. Seperti mengambil sampel kepada setiap anggota yang sama dalam sebuah populasi (Siregar, 2014). *Stratified random sampling* adalah teknik pengambilan sampel yang memiliki strata atau tingkatan yang memiliki karakteristik sendiri (Siregar, 2014). *Cluster random sampling* adalah teknik pengambilan sampel berdasarkan

sekelompok area, kemudian dipilih menjadi sampel dan dari sekelompok area tersebut dapat diambil seluruhnya atau sebagian, anggota dalam setiap kelompok area tidak perlu homogen (Siregar, 2014). *Non-probability sampling* merupakan metode sampling yang tidak memiliki syarat peluang yang sama untuk dapat terpilih sebagai sampel. Metode ini didasarkan atas pertimbangan peneliti. Jenis sampling pada metode ini yaitu, *convenience sampling*, *purposive sampling*, *quota sampling*, dan *snowball sampling*. *Convenience sampling* adalah teknik penentuan sampel secara kebetulan, anggota populasi yang ditemui peneliti dapat dijadikan sampel (Siregar, 2014). *Purposive sampling* adalah teknik penentuan responden berdasarkan kriteria yang ditentukan peneliti (Siregar, 2014). *Quota sampling* adalah teknik penentuan responden dengan menentukan kuota atau jumlah pada masing-masing populasi sebelum kuota belum terpenuhi maka penelitian belum selesai (Siregar, 2014). *Snowball sampling* adalah teknik penentuan sampel yang awalnya pada jumlah kecil kemudian makin lama akan bertambah banyak hingga informasi yang didapatkan dirasa cukup (Siregar, 2014).

Ukuran sampel merupakan unsur penting yang menjadi penentu dalam keefektifan data dan hasil penelitian. Semakin banyak jumlah sampel yang digunakan maka semakin efektif dan representatif hasil dari sebuah penelitian itu dan peluang kesalahanpun semakin kecil. Namun ukuran sampel berbeda-beda pada setiap penelitian tergantung pada kebutuhan penelitian itu sendiri.

Menurut teknik Slovin jumlah anggota sampel tergantung pada tingkat kesalahan yang ditetapkan. Antara jumlah anggota sampel dengan tingkat kesalahan berbanding terbalik. Jika tingkat kesalahan yang ditetapkan bernilai kecil maka jumlah anggota sampel yang dibutuhkan banyak atau besar dan sebaliknya jika tingkat kesalahan yang ditetapkan bernilai besar maka jumlah anggota sampel yang dibutuhkan sedikit atau kecil.

Ada beberapa teknik yang dapat digunakan dalam menentukan ukuran sampel dari suatu populasi (Siregar, 2014). Teknik Slovin adalah rumus yang digunakan untuk menghitung jumlah sampel yang akan digunakan. Teknik rumus Slovin disajikan pada Persamaan 2.7.

Teknik Slovin :

$$n = \frac{N}{Ne^2 + 1} \quad (2.7)$$

Pada Persamaan 2.7 terkait dengan menentukan ukuran suatu sampel dari populasi, n adalah ukuran sampel, N adalah ukuran populasi, dan Ne^2 adalah batas toleransi kesalahan.

2.10 Kuesioner

Kuesioner adalah sebuah instrument ataupun alat yang digunakan untuk mendapatkan, mencari, serta mengetahui fakta-fakta terhadap suatu masalah dengan melakukan analisis yang memberikan pengguna sebuah pernyataan ataupun pertanyaan. Jenis-jenis kuesioner (Satu, 2009), antara lain, kuesioner

tertutup dan kuesioner terbuka. Kuesioner tertutup adalah kuesioner yang jawabannya sudah tersedia, responden tinggal memilih jawaban sesuai pertanyaan yang diberikan, seperti jawaban ya atau tidak. Kuesioner tertutup ini mudah diisi, tidak memerlukan waktu yang lama untuk mengisi kuesioner, responden dapat mengisi kuesioner secara bebas dan dapat diisi pada waktu senggang, selain itu juga mudah diolah. Namun, kuesioner ini tidak memberikan alternatif jawaban karena keseluruhan jawaban telah ditentukan, dan kadang jawaban responden tidak sepenuhnya sesuai dengan pendapat responden. Kuesioner terbuka adalah kuesioner yang jawabannya belum tersedia, responden bebas mengisi jawabannya dengan menggunakan kalimatnya sendiri. Kuesioner terbuka memberikan kesempatan kepada respondennya untuk bebas berpendapat dan dengan jawaban responden maka peneliti memiliki banyak alternatif jawaban. Namun, kuesioner ini membutuhkan waktu yang lama untuk diisi dan berkemungkinan responden tidak menjawab, serta peneliti akan sulit untuk mengolah data karena jawaban yang sangat bervariasi.

Menurut Recker (2013), mengembangkan kuesioner memiliki berbagai cara dan langkah-langkah, pertama laporkan pendekatan yang digunakan untuk mengacak atau memilih sampel. Seorang peneliti harus sertakan semua rincian prosedur sampling yang relevan (apakah survey menggunakan simple random sampling, clustering, stratifikasi atau bentuk lainnya memilih sub kelompok populasi), kedua laporkan profil kerangka sampel, untuk sampel yang cukup mewakili populasi, kerangka sampling harus menunjukkan karakteristik semua anggota populasi sasaran melaporkan batas kerangka sampel adalah minimum yang harus diberikan peneliti untuk menunjukkan bagaimana kekrangka sampelnya cukup sesuai dengan populasi sasaran, ketiga laporkan karakteristik responden, menggambarkan karakteristik dari responden mengijinkan pembaca untuk mengapresiasi karakteristik tertentu dari wakil sampel, keempat tambahkan seluruh atau bagian kuesioner. Dengan memproduksi kuesioner, peneliti memberi pembaca kata-kata pertanyaan yang tepat, kelima tambahkan seluruh atau sebagian kuesioner. Dengan membuat kuesioner, peneliti harus memberi pembaca kata-kata pertanyaan yang tepat, kelima menetapkan validitas dan reliabilitas instrumen survey. Peneliti harus memvalidasi instrumen penelitian mereka dengan menemukan empiris konfirmasi dari instrument penelitian tersebut baik internal maupun statistik, keenam lakukan pre-test instrumen. Tes awal adalah uji coba, dan tujuannya adalah membantu menghasilkan bentuk survey yang lebih bermanfaat dan dapat diandalkan. Pra-pengujian membantu memperbaiki instrumen dan memastikan pelaksanaan survei, terakhir laporkan tingkat respon. *Respon rate* dan *non-response error* antara lain isu yang paling penting dalam penelitian survey. Mendapatkan sampel besar akan tidak berarti tanpa mempertimbangkan tingkat respon, karenanya harus dilakukan persyaratan minimal.

Cara penyusunan kuesioner dapat mengikuti beberapa saran antara lain, kesesuaian antara isi dan tujuan yang ingin dicapai kuesioner. Indikator variabel sebaiknya dimanfaatkan secara tepat, jangan sampai terjadi kesalahan dalam pengukuran variabel. Setiap indikator minimal terdapat satu pernyataan tetapi

bila memungkinkan lebih dari satu pernyataan, jumlah indikator atau dimensi cukup untuk mengukur variabel contohnya variabel berprestasi dapat diobservasi dan diukur berdasarkan lima dimensi, skala pada kuesioner. Penggunaan skala pengukuran yang tepat, dalam hal datanya nominal, ordinal, interval, dan ratio lebih disarankan menggunakan pertanyaan tertutup. Skala dapat berjumlah genap atau kecil. Jumlah pertanyaan memadai atau tidak terlalu banyak. Jumlah pertanyaan yang terlalu menimbulkan keengganan responden namun apabila terlalu sedikit dikhawatirkan kurang mencerminkan opini responden. Jenis dan bentuk kuesioner: tertutup dan terbuka, disesuaikan dengan karakteristik sampelnya. Terdapat lima faktor yang mempengaruhi jenis kuesioner, yaitu pertama, dari sisi tujuannya antara sekedar klarifikasi atau menggali informasi. Kedua, tingkat informasi responden (*degree of knowledge*) terkait topik penelitian. Ketiga, derajat pemikiran responden terkait dengan derajat intensitas ekspresi responden. Keempat, kemudahan komunikasi dan motivasi responden.

Prinsip penulisan dan penyusunan kuesioner perlu memperhatikan beberapa hal. Salah satunya pada tahap prinsip penulisan kuesioner atau angket. Prinsipnya terdiri dari beberapa faktor antara lain, isi dan tujuan pertanyaan, artinya jika isi pertanyaan ditujukan untuk mengukur maka harus ada skala yang jelas dalam pilihan jawaban. Bahasa yang digunakan harus disesuaikan dengan kemampuan responden. Tidak menggunakan bahasa yang penuh istilah-istilah bahasa Inggris pada responden yang tidak mengerti bahasa Inggris. Tipe dan bentuk pertanyaan apakah terbuka atau tertutup. Jika terbuka artinya jawaban yang diberikan adalah bebas, sedangkan jika pernyataan tertutup maka responden hanya diminta untuk memilih jawaban yang disediakan.

2.11 Uji Validitas

Uji validitas merupakan suatu pengujian pada suatu kuesioner untuk mengetahui apakah kuesioner tersebut sah atau valid untuk digunakan sebagai acuan data pada suatu penelitian. Validitas adalah sejauh mana ketepatan dan kecermatan suatu alat ukur dalam melakukan fungsi ukurannya (Azwar, 1986). Uji Validitas digunakan untuk mengetahui kelayakan butir/item pernyataan dalam mendefinisikan suatu variabel. Daftar pernyataan pada umumnya mendukung suatu kelompok variabel tertentu. Uji Validitas dilakukan pada setiap butir/item pernyataannya (Sujarweni, 2015)

Instrumen dikatakan valid berarti instrumen tersebut harus dan dapat mengukur apa yang seharusnya diukur. Instrumen dikatakan valid berarti alat ukur yang digunakan untuk mendapatkan data (mengukur) itu valid. Teknik pengujian uji validitas yang sering digunakan para peneliti menggunakan *Korelation Pearson* atau sering disebut *Korelation Product Moment* (KPM). *Product Moment* merupakan nilai sebagai alat uji statistik untuk menguji variabel bila datanya berskala interval atau rasio. Beberapa persyaratan untuk dapat menggunakan KPM yaitu: (1) Sampel diambil dengan teknik *random* (acak); (2)

Data yang akan diuji harus homogen; (3) Data yang akan diuji juga harus berdistribusi normal; (4) Data yang akan diuji bersifat *linier*.

Tolak ukur sebuah kuesioner dikatakan valid atau tidaknya jika pertanyaan yang dibuat pada kuesioner dapat menjawab rumusan masalah pada penelitian tersebut. Suatu kuesioner dikatakan memiliki tingkat validitas tinggi jika kuesioner tersebut mampu memberikan jawaban untuk rumusan masalah tersebut dengan akurat dan tepat namun sebaliknya jika tidak dapat menjawab keseluruhan rumusan masalah penelitian maka tingkat validitas penelitian tersebut rendah.

Secara teknis pengujian validitas akan lebih mudah jika memiliki kisi-kisi instrumen penelitian. Dalam kisi-kisi instrument penelitian terdapat variabel yang diteliti, indikator sebagai tolak ukur dan nomor butir pernyataan atau pertanyaan yang dijabarkan per indikator. Dengan adanya kisi-kisi instrument maka pengujian validitas dapat dilakukan dengan mudah dan sistematis.

Validitas menggambarkan apakah data yang dikumpulkan benar-benar mengukur apa yang akan peneliti ukur. Pengukuran yang valid mewakili esensi atau konten yang peneliti ukur. Ada berbagai jenis uji validitas yang penting untuk diidentifikasi yaitu penilaian teoritis dan penilaian empiris. Penilaian secara teoritis tentang validitas dinamakan dengan validitas tampang (*face validity*) dan validitas konten (*content validity*). Validitas tampang (*face validity*) dan validitas konten (*content validity*) dapat dinamakan validitas isi. Validitas teoritis digunakan untuk menilai seberapa baik definisi dari konsep sesuai dengan konstrak.

Validitas isi dapat dihitung dengan menggunakan Persamaan Aiken V. Aiken V merumuskan formula untuk menghitung koefisien validitas konten yang didasarkan pada hasil penelitian ahli. Statistik Aiken V diukur dengan menggunakan Persamaan 2.8

$$V = \frac{\sum s}{[n(c-1)]} \quad (2.8)$$

$$S = r - Lo$$

Pada Persamaan 2.8 terkait dengan validitas isi, Lo adalah angka penilaian validitas yang terendah, c adalah angka penilaian validitas tertinggi, dan r adalah angka yang diberikan oleh penilai.

Dari hasil penghitungan tersebut didapatkan koefisien korelasi yang digunakan untuk mengukur tingkat validitas suatu item dan menentukan apakah suatu item layak atau tidak untuk digunakan. *Standart* yang digunakan untuk menentukan layak atau tidaknya suatu item untuk digunakan adalah dengan acuan r tabel *product moment* dimana pada tabel tersebut terdapat berbagai standart nilai validasi item sesuai dengan jumlah item yang dilakukan uji validasi. Jika total *corrected-item* lebih besar dari standart nilai validasi pada r tabel yang disesuaikan dengan jumlahnya maka item tersebut dinyatakan valid.

Ada beberapa teknik yang digunakan untuk uji validasi namun para peneliti lebih sering menggunakan teknik korelasi *Bivariate Pearson* atau produk momen *Pearson*. Sedangkan aplikasi atau *tools* yang digunakan untuk melakukan uji validasi yaitu SPSS. Teknik produk momen *Pearson* menganalisis dengan cara

mengkorelasikan masing-masing skor item dengan skor total atau skor penjumlahan seluruh item. Item-item pertanyaan dapat dikatakan valid jika Item-item pertanyaan tersebut berkorelasi signifikan dengan skor total.

Rumus *Korelation Product Moment* :

$$r = \frac{n(\sum xy) - (\sum x)(\sum y)}{\sqrt{[n\sum x^2 - (\sum x)^2][n\sum y^2 - (\sum y)^2]}} \quad (2.9)$$

Pada Persamaan 2.9 terkait dengan uji validasi, r adalah koefisien korelasi dimensi X dan dimensi Y, $\sum xy$ adalah jumlah perkalian antara dimensi X dan dimensi Y, $\sum x^2$ adalah jumlah dari kuadrat nilai x , $\sum y^2$ adalah jumlah dari kuadrat nilai Y, $(\sum x)^2$ adalah jumlah nilai x kemudian di kuadratkan, dan $(\sum y)^2$ adalah jumlah nilai Y kemudian di kuadratkan.

2.12 Uji Reliabilitas

Reliabilitas berasal dari kata *reliability*. Sugiharto & Sitinjak (2006) menyatakan bahwa reliabilitas menunjuk pada suatu pengertian bahwa instrumen yang digunakan dalam penelitian untuk memperoleh informasi yang digunakan dapat dipercaya sebagai alat pengumpulan data dan mampu mengungkapkan informasi yang sebenarnya dilapangan. Ghazali (2009) menyatakan bahwa reliabilitas adalah alat untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari perubahan atau konstruk. Suatu kuesioner dikatakan reliabel atau handal jika jawaban seseorang terhadap pernyataan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Reliabilitas suatu test merujuk pada derajat stabilitas, konsistensi, daya prediksi, dan akurasi. Pengukuran yang memiliki reliabilitas yang tinggi adalah pengukuran yang dapat menghasilkan data yang reliabel.

Menurut Masri Singarimbun, reliabilitas adalah indeks yang menunjukkan sejauh mana suatu alat ukur dapat dipercaya atau dapat diandalkan. Bila suatu alat pengukur dipakai dua kali untuk mengukur gejala yang sama dan hasil pengukuran yang diperoleh *relative* konsisten, maka alat pengukur tersebut *reliable*. Dengan kata lain, realibitas menunjukkan konsistensi suatu alat pengukur di dalam pengukur gejala yang sama.

Uji reliabilitas digunakan untuk mengetahui ukuran kestabilan dan konsistensi responden dalam menjawab hal yang berkaitan dengan konstruk pernyataan yang telah disusun menjadi kuesioner dalam suatu variabel. Hasil pengukuran harus *reliable* dalam artian harus memiliki tingkat konsistensi dan kemantapan. Reliabilitas atau keandalan adalah konsistensi dari serangkaian pengukuran atau serangkaian alat ukur. Hal tersebut bisa berupa pengukuran dari alat ukur yang sama (tes dengan tes ulang) akan memberikan hasil yang sama, atau untuk pengukuran yang lebih subjektif, apakah dua orang penilai memberikan skor yang mirip (reliabilitas antar penilai). Reliabilitas tidak sama dengan validitas. Artinya pengukuran yang dapat diandalkan akan mengukur secara konsisten, tapi belum tentu mengukur apa yang seharusnya diukur. Dalam penelitian, reliabilitas adalah sejauh mana pengukuran dari suatu tes tetap

konsisten setelah dilakukan berulang-ulang terhadap subjek dan dalam kondisi yang sama. Penelitian dianggap dapat diandalkan bila memberikan hasil yang konsisten untuk pengukuran yang sama. Tidak bisa diandalkan bila pengukuran yang berulang itu memberikan hasil yang berbeda-beda.

Tinggi rendahnya reliabilitas, secara empiris ditunjukkan oleh suatu angka yang disebut nilai koefisien reliabilitas. Reliabilitas yang tinggi ditunjukkan dengan nilai r_{xx} mendekati angka 1. Kesepakatan secara umum reliabilitas yang dianggap sudah cukup memuaskan jika ≥ 0.700 .

Pengujian reliabilitas instrumen dengan menggunakan rumus *Alpha Cronbach* karena instrumen penelitian ini berbentuk angket dan skala bertingkat.

Rumus *Alpha Cronbach* sebagai berikut :

$$r = \left(\frac{k}{k-1} \right) \left(1 - \frac{\sum \sigma_p^2}{\sigma_t^2} \right) \quad (2.10)$$

Pada Persamaan 2.10 terkait dengan uji reliabilitas, r adalah reliabilitas instrumen, k adalah banyak butir pertanyaan, σ_2 adalah ragam total, dan $\sum \sigma_2$ adalah ragam total.

Jika nilai *alpha* > 0.7 artinya reliabilitas mencukupi (*sufficient reliability*) sementara jika *alpha* > 0.80 ini mensugestikan seluruh item reliabel dan seluruh tes secara konsisten memiliki reliabilitas yang kuat. Atau ada pula yang memaknakannya sebagai berikut:

Jika *alpha* > 0.90 maka reliabilitas sempurna. Jika *alpha* antara $0.70 - 0.90$ maka reliabilitas tinggi. Jika *alpha* $0.50 - 0.70$ maka reliabilitas moderat. Jika *alpha* < 0.50 maka reliabilitas rendah. Jika *alpha* rendah, kemungkinan satu atau beberapa item tidak reliabel.

2.13 Statistik Deskriptif

Statistik deskriptif merupakan bidang ilmu statistika yang mempelajari cara-cara pengumpulan, penyusunan, dan penyajian data suatu penelitian. Statistik deskriptif adalah bagian dari ilmu statistik yang meringkas, menyajikan, dan mendeskripsikan data dalam bentuk yang mudah dibaca sehingga memberikan informasi tersebut lebih lengkap. Statistik deskriptif hanya berhubungan dengan hal menguraikan atau memberikan keterangan-keterangan mengenai suatu data atau keadaan dan fenomena, dengan kata lain hanya melihat gambaran secara umum dari data yang didapatkan.

Menurut Sugiyono (2004), "Statistik deskriptif adalah statistik yang digunakan untuk menganalisa data dengan cara mendeksripsikan atau menggambarkan data yang telah terkumpul sebagaimana adanya tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum atau generalisasi".

Statistik Deskriptif merupakan statistik yang fungsinya adalah untuk mendeskripsikan atau memberikan penjelasan atas suatu obyek yang diteliti melalui data sampel atau populasi tanpa melakukan analisis dan membuat kesimpulan yang berlaku umum. Statistik deskriptif pada penelitian diukur dari data variabel tertentu dari sekelompok responden. Teknik penjelasan yang

digunakan pada data kuantitatif dapat menggunakan teknik pemusatan data dan teknik persebaran data.

Pemusatan data untuk mengukur gejala pusat (*tendency central*). Untuk mengetahui gejala pusat dari kelompok dengan cara mengetahui *mean*, *modus*, dan *median*. *Mean* merupakan teknik penjelasan kelompok yang berdasarkan atas nilai dari rata-rata kelompok. *Modus* merupakan teknik penjelasan kelompok yang didasarkan atas nilai yang sering muncul dalam kelompok. *Median* merupakan teknik penjelasan kelompok yang didasarkan atas nilai tengah dari kelompok data yang telah disesuaikan urutannya dari nilai terkecil ke nilai terbesar atau dari nilai terbesar ke terkecil.

Pemusatan data dianalisis dengan menggunakan *mean*, *median*, *modus*. Persebaran data dianalisis dengan standar deviasi dan varian.

Mean diukur dengan menggunakan Persamaan 2.12

$$\bar{x} = \frac{x_1 + x_2 + x_3 + \dots + x_n}{n} \quad (2.12)$$

Pada Persamaan 2.12 terkait dengan mengukur *mean*, \bar{x} adalah reliabilitas instrumen, x_1 adalah nilai sampel ke-1, n adalah jumlah data. Dan *mean* sendiri adalah rata-rata dari nilai keseluruhan.

Median diukur dengan menggunakan Persamaan 2.13 untuk data ganjil dan Persamaan 2.14 untuk data genap

$$Me = x_{\frac{n+1}{2}} \quad (2.13)$$

$$Me = \frac{1}{2} \left(x_{\left(\frac{n}{2}\right)} + x_{\left(\frac{n}{2} + 1\right)} \right) \quad (2.14)$$

Pada Persamaan 2.13 dan 2.14 terkait dengan mencari *median* dengan data ganjil dan dengan data genap. \bar{x} adalah reliabilitas instrumen dan n adalah jumlah data. *Median* adalah mencari nilai tengah dari sebuah data. Sedangkan *modus* adalah nilai yang paling sering muncul atau yang frekuensinya paling tinggi.

Varian diukur dengan menggunakan Persamaan 2.15:

$$s^2 = \frac{\sum (x - \bar{x})^2}{n - 1} \quad (2.15)$$

Pada Persamaan 2.15 terkait dengan mencari varian dari sebuah data. s adalah varian sampel, x adalah entri dalam data, \bar{x} adalah mean dari sampel n adalah jumlah data. Varian adalah nilai yang menunjukkan tingkat variasi dalam sekelompok data.

Simpangan baku (standar deviasi) adalah akar kuadrat dari varian. Standar deviasi diukur dengan menggunakan Persamaan 2.16.

$$S = \sqrt{\sum \frac{(x_i - \bar{x})^2}{n - 1}} \quad (2.16)$$

Pada Persamaan 2.16 terkait dengan mencari standar deviasi dari sebuah data.

Standar error adalah standar deviasi dibagi dengan akar kuadrat dari n , Standar error diukur dengan menggunakan Persamaan 2.17

$$SE = \frac{S}{\sqrt{n}} \quad (2.17)$$

Pada Persamaan 2.17 terkait dengan mencari standar error dari sebuah data SE adalah standar error, S adalah standar deviasi dan n adalah jumlah data.

SEM (*Standar error Mean*) adalah perkiraan mean berdasarkan standar error dari sebuah sampel.

$$SEM = \text{mean} \pm \text{standar error} \quad (2.18)$$

Pada Persamaan 2.18 terkait dengan mencari perkiraan mean berdasarkan standar error yang sudah dihitung dimana *mean* adalah hasil rata-rata, *standar error* adalah standar error dari sebuah data.

Setelah dilakukan penghitungan statistik deskriptif, hasil pemusatan data rata-rata dimasukkan ke dalam kategori skala. Kurva distribusi normal terbagi ke dalam enam bagian atau enam satuan standar deviasi. Tiga bagian terletak di kiri yang bernilai negatif dan tiga bagian terletak di kanan bernilai positif. Kategori dilakukan untuk melihat suatu variabel penelitian terdapat dalam tingkatan apa (Azwar, 2012). Kategori dalam penelitian ini terbagi menjadi 6 yakni:

Tabel 2.4 Kategori Nilai

Rentang Nilai (%)	Kategori
$83.35 < X \leq 100$	Sangat Tinggi
$66.68 < X \leq 83.35$	Tinggi
$50.01 < X \leq 66.68$	Cukup Tinggi
$33.34 < X \leq 50.01$	Cukup Rendah
$16.67 < X \leq 33.34$	Rendah
$0 < X \leq 16.67$	Sangat Rendah

Sumber : Azwar, 2012

Untuk menghitung nilai pada setiap variabel agar dapat disesuaikan dengan rentang nilai dan dikategorikan maka penghitungan dilakukan dengan rumus:

$$\text{Rentang nilai} = \frac{\text{nilai Mean}}{\text{nilai skala tertinggi}} \times 100\% \quad (2.19)$$

Jadi, statistik deskriptif merupakan salah satu metode statistika yang memberikan gambaran umum dari data yang telah dikumpulkan dan diolah. Tujuan utama dari statistik deskriptif adalah untuk menyajikan informasi dari data yang didapat dari lapangan. Informasi tersebut bisa berupa tabel, grafik, maupun diagram. Biasanya informasi tersebut akan digunakan untuk dianalisis lebih lanjut dengan metode lainnya.

2.14 Skala Likert

Skala Likert merupakan suatu skala yang umum digunakan dalam kuesioner dan paling banyak digunakan dalam riset berupa survey. Nama skala ini diambil dari nama Rensis Likert yang menerbitkan suatu laporan yang menjelaskan penggunaannya. Saat menanggapi pertanyaan dalam skala Likert, responden menentukan tingkat persetujuan mereka terhadap suatu pernyataan dengan memilih salah satu dari pilihan yang tersedia. Biasanya disediakan lima pilihan skala dengan format seperti pada Tabel 2.5.

Tabel 2.5 Bobot Nilai

A	1	Sangat Tidak Setuju (STS)
B	2	Tidak Setuju (TS)
C	3	Kurang Setuju (KS) / Netral (N)
D	4	Setuju (S)
E	5	Sangat Setuju (SS)

Sumber : Sugiyono (2009)

Skala Likert digunakan berupa 5 kategori respons. Klopfer et. al. Dalam Widhiarso (2010) menjelaskan bahwa menyediakan alternatif tengah respon bertujuan untuk memberikan kesempatan bagi responden yang memiliki sikap moderat terhadap pernyataan yang diberikan. Tidak disediakannya alternatif tengah akan menyebabkan responden merasa dipaksa untuk memilih alternatif secara bipolar. Keterpaksaan ini akan memberikan kontribusi kesalahan sistematis dalam pengukuran.

2.15 Airyrooms.com

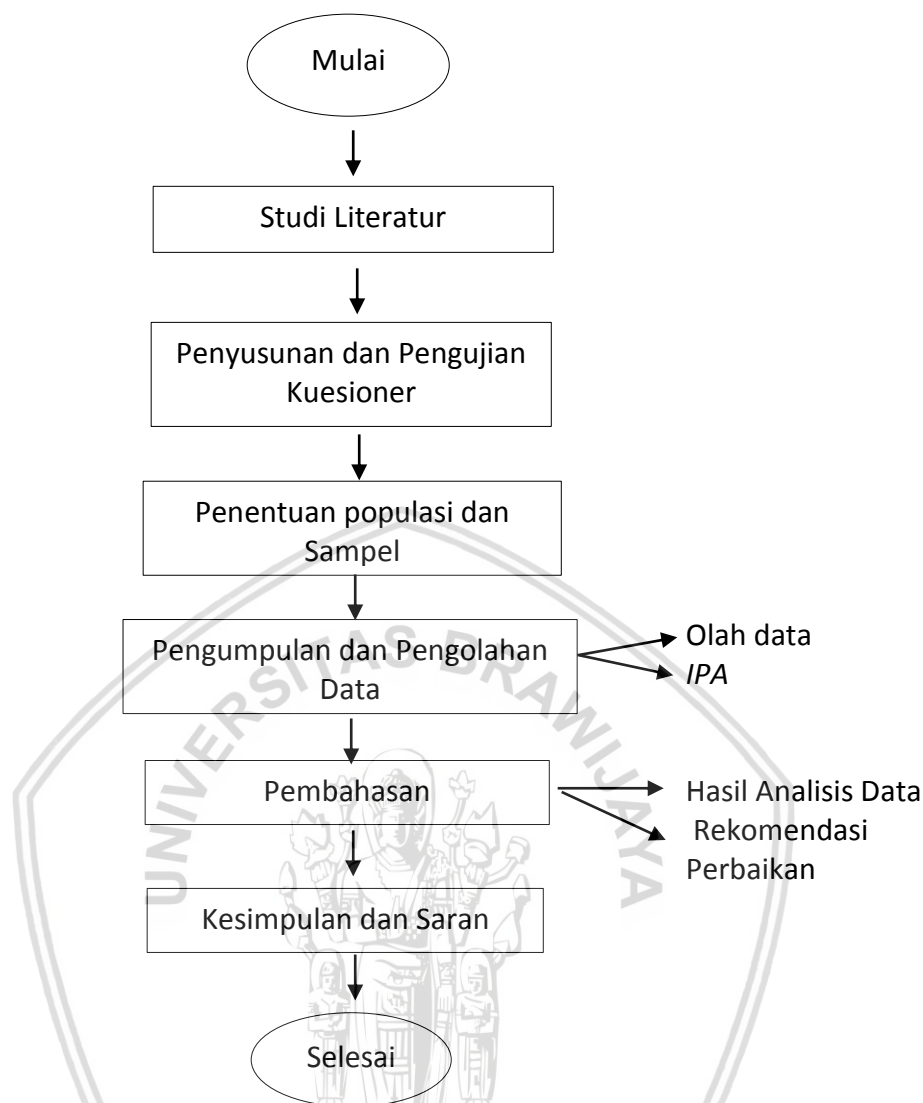
Airyrooms adalah perusahaan teknologi yang mengelola kamar-kamar berkualitas dengan harga terjangkau. *Airyrooms* merupakan *Accommodation Network Orchestrator* (ANO) yang bermitra dengan berbagai hotel budget terbaik diseluruh Indonesia dan didukung dengan teknologi terkini, *Airyrooms* memberikan pengalaman menginap terbaik dengan harga terjangkau. Selain itu, *Airyrooms* juga bekerja sama dengan beberapa penerbangan-penerbangan yang ada di Indonesia dan bekerjasama dalam bentuk penjualan tiket.

BAB 3 METODOLOGI

3.1 Diagram Alir Penelitian

Bab ini menguraikan terkait dengan tahapan-tahapan apa saja yang akan dilakukan atau ditempuh saat melakukan penelitian. Pada kali ini penelitian menggunakan metode kuantitatif. Menurut Recker (2013), metode ini memberikan cerminan seperangkat teknik untuk menjawab pertanyaan penelitian (misalnya tentang interaksi manusia dan teknologi informasi), terdapat dua landasan umum untuk penelitian dengan pendekatan kuantitatif, landasan pertama adalah penekanan terkait dengan data kuantitatif, dan landasan kedua adalah penekanan tentang *filsafat positivis*, dalam landasan pertama memiliki arti bahwa angka digunakan untuk mewakili nilai dan tingkat konstruksi teoritis dan interpretasi angka-angka tersebut.

Data numerik sangat dominan dalam metode kuantitatif. Dalam pendekatan kuantitatif data yang didapatkan berasal dari kuesioner yang dibagikan secara fisik ataupun *online*, kemudian data tersebut dianalisis sehingga menghasilkan beberapa rekomendasi perbaikan untuk sebuah *website*. Tahapan-tahapan pada penelitian ini telah disajikan pada Gambar 3.1 metodologi penelitian tersebut didapatkan atau diadaptasi dari penelitian menurut Suryana (2010). Terdapat beberapa tahap yang akan dilalui oleh peneliti antara lain identifikasi masalah, studi literatur, penyusunan dan pengujian kuesioner, penentuan populasi dan sampel, pengumpulan dan pengolahan data, pembahasan, serta yang terakhir adalah kesimpulan dan saran.



Gambar 3.1 Diagram Alur Penelitian

3.2 Studi Literatur

Tahapan Studi literatur berisi terakit dengan teori-teori yang bersifat dasar dengan digunakannya berupa buku, jurnal ataupun penelitian terdahulu yang berkaitan dengan layanan kualitas *website*, *e-commerce* ataupun metode *webqual* dan IPA sebagai acuan pada penelitian tugas akhir kali ini. Penelitian ini mengambil 3 penelitian yang sudah pernah dilakukan yang berkaitan dengan evaluasi kualitas sebuah *website*. Studi literatur selain itu adalah bagaimana menyusun dan menguji kuesioner beserta prinsip-prinsip yang telah berlaku sesuai dengan kaidahnya.

Pengujian validasi dan reliabilitas pernyataan pada kuesioner menggunakan uji validitas menggunakan rumus *Korelasi Product Moment* (KPM) dan uji reliabilitas menggunakan rumus *Alpha Cronbach*. Pemberian nilai kuesioner oleh responden menggunakan *Skala Likert* dimana 5 kategori yang digunakan yaitu STS (Sangat Tidak Setuju, TS (Tidak Setuju), KS (Kurang Setuju), S (Setuju), dan SS

(Sangat Setuju). Nilai yang diberikan dari angka 1 sampai 5. Pada landasan kepustakaan juga dijelaskan mengenai pengertian metode *webqual 4.0* beserta variabel-variabel yang ada di dalamnya dan pengertian analisis menggunakan metode *IPA* serta bagaimana cara penghitungannya. Penelitian terdahulu yang terkait dengan pengukuran kualitas *website* sesuai dengan topik tugas akhir yaitu adalah oleh Miftah Nasution, Mujahidin (2013), dan Been Chang Shia, Mingchih Chen, Agus David Ramdansyah, dan Shuyan Wang (2016) serta Budi Setiawan Santoso (2014) digunakan sebagai referensi dan pembelajaran bagi penulis.

3.3 Penyusunan dan Pengujian Kuesioner

Pengembangan kuesioner pada penelitian ini diawali dengan menentukan variabel-variabel yang akan diukur yaitu *usability*, *information quality*, dan *service interaction quality*. Variabel-variabel tersebut kemudian dirumuskan indikator-indikatornya berdasarkan landasan kepustakaan yang disusun. Setiap indikator memiliki minimal dua pernyataan. Setelah mengembangkan pernyataan pada setiap indikator dilakukan validitas isi. Validitas isi dibagi menjadi validitas tampak (*face validity*) dan validitas konten (*content validity*). Validitas tampak merupakan sebuah bukti validitas yang didasarkan pada penilaian format penampilan dan kesesuaian konten dengan tujuan penelitian. Validitas konten adalah sejauh mana pernyataan pada kuesioner merupakan relevansi dari indikator yang hendak diukur.

Validitas tampak dan juga validitas konten memiliki mekanisme yang berbeda-beda, untuk validitas tampak dilakukan dengan berdasarkan penilaian dari para ahli, pada kali ini ahli yang digunakan berjumlah empat orang. Dan sebuah pernyataan atau pertanyaan dikatakan valid jika nilai yang didapatkan dari rerata keempat ahli tersebut memiliki nilai diatas 0.69 namun, jika memiliki nilai rerata keempat ahli tersebut dibawah 0.69 maka dikatakan bahwa pernyataan atau pertanyaan tersebut tidak valid. Pernyataan yang tidak valid dapat diperbaiki sesuai dengan saran dari para ahli (Yang, 2016).

Setelah melakukan validitas tampak langkah selanjutnya adalah melakukan validasi konten atau konstruk dengan menggunakan pilot study. Dimana kali ini pilot study yang diambil berasal dari responden dengan jumlahnya sebesar 30 responden. Penelitian kali ini menggunakan skala likert yang terdiri dari angka 1 hingga 5, dimana masing-masing nilai memiliki makna yang berbeda untuk angka 5 memiliki arti sangat penting atau sangat setuju dan pemberian nilai 5 poin, kemudian untuk angka 4 memiliki arti penting atau setuju dan pemberian nilai 4 poin, untuk angka 3 memiliki arti netral atau kurang setuju dan pemberian nilai 3 poin, untuk angka 2 memiliki arti tidak setuju atau tidak penting dan pemberian nilai sebesar 2 poin, dan yang terakhir untuk angka 1 memiliki arti sangat tidak setuju atau sangat tidak penting dan pemberian nilai sebesar 1 poin.

Uji keterbacaan terjemahan pada indikator pernyataan dari tiap-tiap variabel pada *webqual 4.0*. Hasil uji keterbacaan terdapat dalam lampiran A sebagai kuesioner cetak. Uji validitas dan reliabilitas digunakan untuk mengetahui seberapa layak hasil uji keterbacaan berhasil dilakukan dalam tiap instrument.

Valid atau tidaknya setiap instrument mempengaruhi jawaban responden terhadap kepastian saat menjawab. Berikut adalah hasil dari pengujian validitas isi yang dilakukan dengan penilaian dari 4 orang ahli. Dan perbaikan hasil uji validitas isi untuk bagian tingkat kinerja disajikan pada Tabel 4.1.

Tabel 3.1 Validitas Isi Untuk Kuesioner Tingkat Kinerja (Performance)

No	Pernyataan	Keterangan	Perbaikan
1	Saya merasa mudah untuk bernavigasi dalam <i>website</i> <i>airyrooms.com</i> (memiliki kemudahan dalam mengakses semua fiturnya dan berpindah antar halaman secara mudah	Tidak Valid	Saat ini saya merasa <i>website</i> <i>airyrooms.com</i> memiliki kemudahan dalam mengakses semua fiturnya dan berpindah antar halaman secara mudah.
2	Saya merasa <i>website</i> <i>airyrooms.com</i> mudah digunakan saat pertama kali menggunakan <i>Website</i> <i>airyrooms.com</i>	Tidak Valid	Saat ini saya merasa fitur <i>booking</i> yang disediakan oleh <i>website</i> <i>Airyrooms.com</i> sulit digunakan saat saya pertama kali menggunakannya.
3	Apakah saat diketikkan pada mesin pencarian alamat <i>website</i> (halaman) langsung dapat ditampilkan.	Tidak Valid	Saat saya mengetikkan pada mesin pencarian alamat <i>website</i> (halaman) tidak langsung mengarah ke halaman utama.
4	Saya banyak menemukan kesalahan dan error saat menggunakan <i>website</i> <i>airyrooms.com</i>	Tidak Valid	Saat ini saya jarang menemukan kesalahan atau error sistem ketika saya mengakses <i>website</i> <i>Airyrooms.com</i> .
5	<i>Website</i> <i>airyrooms.com</i> memberikan informasi yang mudah dipahami dan mudah dimengerti seperti bahasa yang dipakai.	Tidak Valid	Saat ini saya merasa <i>website</i> <i>airyrooms.com</i> menggunakan bahasa yang umum sehingga informasinya dapat mudah dipahami

Pada Tabel 3.1 berisi terkait dengan uji validitas isi oleh para ahli sejumlah 4 ahli dan terdapat 5 (lima) pernyataan yang dinyatakan tidak valid dengan menggunakan persamaan 2.8 dan pada tabel tersebut kelima pernyataan tersebut telah diperbaiki atas saran dari keempat ahli yang sudah melakukan uji validasi. Pernyataan yang dinyatakan tidak valid adalah pernyataan dengan kode US3, US4, US10, US12 dan IQ4. Beberapa analisis dari para ahli menyarankan bahwa pada kuesioner untuk tingkat kinerja sebuah *website*: (1) Kata kinerja

pada kuesioner diganti dengan kata yang lebih *familiar* seperti Keadaan yang sekarang; (2) Kuesioner yang ada, diharapkan sebuah pernyataan bukan pertanyaan dikarenakan jawaban yang ada mengandung jawaban setuju ataupun tidak setuju; (3) Pemilihan kata yang digunakan harus mudah dimengerti oleh responden nantinya; (4) Gunakan SPOK pada pernyataan yang ada; dan (5) Gunakan kombinasi pernyataan positif (+) dan pernyataan negative (-)

Tabel 3.2 Validitas Isi Untuk Kuesioner Tingkat Kepentingan (Importance)

No	Pernyataan	Keterangan	Perbaikan
1	Seharusnya <i>website</i> <i>airyrooms.com</i> memberikan kesan bahwa mereka merupakan salah satu <i>e-commerce</i> yang berkompeten	Tidak Valid	Sebaiknya <i>website</i> <i>airyrooms.com</i> memberikan kesan bahwa mereka merupakan <i>e-commerce</i> yang berkualitas.
2	Apakah saat diketikkan pada mesin pencarian alamat <i>website</i> (halaman) langsung dapat ditampilkan	Tidak Valid	Sebaiknya saat saya mengetikkan pada mesin pencarian alamat <i>website</i> (halaman) langsung mengarah ke halaman utama.
3	<i>website</i> <i>airyrooms.com</i> memberikan informasi yang sangat cepat dan baru.	Tidak Valid	Sebaiknya <i>website</i> <i>airyrooms.com</i> dapat memberikan informasi yang <i>up to date</i> (terkini dan terbaru).

Pada Tabel 3.2 berisi terkait dengan uji validitas isi oleh para ahli sejumlah 4 ahli dan terdapat 5 (lima) pernyataan yang dinyatakan tidak valid dengan menggunakan Persamaan 2.8 dan pada tabel tersebut kelima pernyataan tersebut telah diperbaiki atas saran dari keempat ahli yang sudah melakukan uji validasi. Pernyataan yang dinyatakan tidak valid adalah pernyataan dengan kode US5, US10, dan IQ4. Beberapa analisis dari para ahli menyarankan bahwa pada kuesioner untuk tingkat kinerja sebuah *website*: (1) Kata kepentingan pada kuesioner diganti dengan kata yang lebih *familiar* seperti harapan yang diinginkan oleh responden; (2) Kuesioner yang ada, diharapkan sebuah pernyataan bukan pertanyaan dikarenakan jawaban yang ada mengandung jawaban setuju ataupun tidak setuju; (3) Pemilihan kata yang digunakan harus mudah dimengerti oleh responden nantinya; (4) Gunakan SPOK pada pernyataan yang ada; dan (5) Gunakan kombinasi pernyataan positif (+) dan pernyataan negative (-).

Setelah melakukan uji validasi isi kepada ahli, langkah selanjutnya adalah melakukan uji konstruk. Validitas konstruk dilakukan dengan melakukan *pilot*

test. Pilot test yang telah dilakukan menghasilkan nilai validitas item/butir dan nilai reliabilitas. Validitas item dilakukan dengan cara mencari nilai korelasi dengan menggunakan Persamaan 2.9. *Pilot test* ini dilakukan kepada 30 responden, nilai Korelasi *Product Moment* telah dijelaskan bahwa butir pernyataan dinyatakan valid untuk 30 responden jika memiliki nilai koefisien korelasi lebih besar atau sama dengan 0,361, pada lampiran B terkait dengan validitas konstruk untuk kuesioner tingkat kinerja terdapat 1 pernyataan yang dianggap tidak valid yaitu pada SIQ6 sehingga terjadi perbaikan pada pernyataan SIQ6 dan semua pernyataan dapat digunakan untuk melakukan pengambilan data selanjutnya. Sedangkan pada lampiran B terkait dengan validitas konstruk untuk kuesioner tingkat kepentingan memiliki nilai koefisien korelasi lebih besar atau sama dengan 0,361 sehingga semua pernyataan dinyatakan valid dan semua pernyataan dapat digunakan untuk melakukan pengambilan data selanjutnya.

Tahap selanjutnya adalah melakukan analisis reliabilitas menggunakan rumus pada Persamaan 2.10. Hasil uji reliabilitas instrumen penelitian terdapat pada lampiran C. Pada lampiran C menjelaskan tentang nilai dari *Cronbach's Alpha* untuk mengukur reliabilitas dari masing-masing variabel butir pernyataan dari tingkat kinerja serta tingkat kepentingan. Jika sesuai dengan tabel nilai reliabilitas bahwa semua kuesioner yang akan digunakan benar-benar reliabel, jika nilai *Cronbach's Alpha* $\geq 0,70$. Maka, dapat disimpulkan bahwa kuesioner yang akan digunakan bisa dikatakan benar-benar reliabel. Hasil analisis reliabilitas variabel *Usability* dari tingkat kinerja yang disajikan pada lampiran C. Hasil yang didapatkan menunjukkan angka 0,752, hasil analisis reliabilitas variabel *Information Quality* dari tingkat kinerja yang disajikan pada lampiran C. Hasil yang didapatkan menunjukkan angka 0,745, hasil analisis reliabilitas variabel *Service Interaction Quality* dari tingkat kinerja yang disajikan pada lampiran C. Hasil yang didapatkan menunjukkan angka 0,714, hasil analisis reliabilitas variabel *Usability* pada tingkat kepentingan yang disajikan pada lampiran C. Hasil yang didapatkan menunjukkan angka 0,944, hasil analisis reliabilitas variabel *Information Quality* pada tingkat kepentingan yang disajikan pada lampiran C. Hasil yang didapatkan menunjukkan angka 0,906, hasil analisis reliabilitas variabel *Service Interaction Quality* pada tingkat kepentingan yang disajikan pada lampiran C. Hasil yang didapatkan menunjukkan angka 0,783. Maka dapat disimpulkan bahwa kuesioner yang akan digunakan bisa dikatakan benar-benar reliabel.

3.4 Penentuan Populasi dan Sampel

Identifikasi populasi dilakukan untuk mengetahui siapa yang akan menjadi responden dengan populasi yang merupakan pengunjung situs *website* *Airyrooms.com*. Jumlah populasi yang digunakan diambil pada bulan Februari 2018. Populasi yang didapat adalah pengunjung situs *website* pada bulan Februari 2018. Dan data yang didapatkan dari *Airyrooms.com* total pengunjung situs *website* setelah di rata-rata adalah sebesar 3.032.757 pengunjung. Populasi ini didapatkan berdasarkan dari pihak *Airyrooms* dimana populasi yang

ditentukan adalah orang-orang yang pernah mengunjungi situs *website Airyrooms.com*, sehingga sampel yang diambil oleh peneliti adalah orang-orang yang pernah mengunjungi dan bertransaksi di *website Airyrooms.com* yang ada di Kota Malang. Dan untuk mengukur jumlah sampel berdasarkan jumlah populasi pengunjung dari situs *website Airyrooms.com* akan menggunakan persamaan pada Persamaan 2.7 dari rumus *Slovin* atau teknik *Slovin*. Berikut merupakan penghitungan dari populasi sampel yang diperlukan untuk menggunakan Persamaan 2.7 :

$$n = \frac{3.032.757}{3.032.757 \times (0.1)^2 + 1}$$

$$n = \frac{3.032.757}{3.032.757 \times 0.01 + 1}$$

$$n = \frac{3.032.757}{30.327,57 + 1}$$

$$n = \frac{3.032.757}{30.328,57}$$

$$n = 99,96702779$$

$$n = 100$$

Dari hasil penghitungan maka diperoleh minimal sampel untuk pengunjung situs *website airyrooms.com* adalah sebesar 100 sampel responden, sehingga pada penelitian kali ini peneliti menggunakan sebesar 100 sampel responden yang pernah mengakses dan bertransaksi terhadap *website airyrooms.com*. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah dengan menggunakan *convenience sampling* karena responden harus memiliki kriteria pernah mengakses dan menggunakan *website airyrooms.com* sebelumnya. *Convenience sampling* adalah teknik penentuan sampel secara kebetulan, anggota populasi yang ditemui peneliti dapat dijadikan sampel (Siregar, 2014).

Teknik pengambilan sampel penelitian ini menggunakan *non-probability sampling* dengan kriteria sampel yaitu pernah bertransaksi menggunakan situs *website Airyrooms.com* dan metode ini memungkinkan peneliti dapat membuat pernyataan secara statistik dari adanya sampel. Dengan jenis *convenience sampling*. *Convenience sampling* adalah teknik pengambilan sampel secara acak dan sederhana. Sampel diambil/terpilih karena sampel tersebut ada pada tempat dan waktu yang tepat. Kelebihan dari *sampling* ini adalah dari segi biaya dan waktu yang diperlukan teknik *sampling* ini merupakan metode yang termurah dan hemat waktu. *Sampling* unit dapat diakses, mudah diukur, dan biasanya sangat membantu dan mau bekerjasama. Teknik *sampling* ini sangat tepat untuk penelitian dengan kelompok yang terfokus. Kelemahan dari teknik *sampling* ini adalah dapat dilakukan dengan mengambil siapa saja yang dapat ditemui oleh peneliti, sehingga hasil yang diperoleh dapat memunculkan bias dalam pengambilan keputusannya. Teknik ini tidak dapat digunakan bila populasinya dapat didefinisikan, karena dengan kondisi ini dimungkinkan untuk menyediakan kerangka sampel. Seperti mengambil sampel kepada setiap anggota yang sama dalam sebuah populasi (Siregar, 2014).

Kuesioner yang disebarakan merupakan kuesioner tertutup. Kuesioner tertutup adalah kuesioner yang jawabannya sudah tersedia, responden tinggal memilih jawaban sesuai pertanyaan yang diberikan. Agar responden akan mudah untuk mengisi, tidak memerlukan waktu yang lama untuk mengisi kuesioner, serta responden dapat mengisi kuesioner secara bebas dan dapat diisi pada waktu senggang (Satu, 2009). Pada tahap ini penulis akan menyebarkan kuesioner kepada responden. Kuesioner akan disebarakan dalam bentuk *website* kepada responden dengan syarat adalah pernah mengakses dan bertransaksi menggunakan situs *website Airyrooms.com* Link kuesioner akan disebar di berbagai sosial media seperti *Line, Whatsapp, Instagram* guna memperluas penyebaran kuesioner tersebut.

3.5 Pengumpulan dan Pengolahan Data

Statistik Inferensial merupakan statistik yang digunakan untuk menganalisis data sampel dan hasilnya akan digeneralisasikan untuk populasi (Sugiyono, 2013). Uji asumsi yang digunakan dalam penelitian ini adalah uji normalitas, uji linearitas, dan uji homogenitas. Pengumpulan data ini menggunakan kuesioner yang berada di *website*, responden yang mengisi kuesioner tersebut diseleksi dengan menggunakan *IP Address* dan juga NIK dikarenakan untuk mencegah adanya duplikasi data akhirnya peneliti menetapkan penyeleksian berdasarkan *IP Address* dan NIK dari responden, jika ada responden yang memiliki *IP Address* atau NIK sama maka akan dieliminasi, penyebaran juga dilakukan dengan melakukan *direct message (DM)* di Instagram di followers dari pihak Airyrooms.

Konseptual, analisis deskriptif konseptual digunakan untuk menghitung demografi responden. Demografi responden digunakan untuk melakukan pemetaan terhadap karakteristik sosial masyarakat terhadap penggunaan dan adanya *website Airyrooms.com* dan dikelompokkan menjadi beberapa kategori. Kategori yang digunakan dalam demografi responden meliputi nama responden, NIK(Nomor Induk KTP) responden, no hp responden, jenis kelamin responden, pekerjaan responden, usia responden, domisili responden, dan kunjungan responden. Pembobotan nilai, hasil kuesioner *webqual 4.0* yang sudah disebar akan dihitung masing-masing jumlah skala nilai per indikator dari tiap variabel. Penghitungan terdiri dari skala 1 hingga skala 5 dengan bobot nilai yang sudah ditentukan. Bobot nilai skala 1 (Sangat Tidak Setuju) dikalikan 1, bobot nilai skala 2 (Tidak Setuju) dikalikan 2, bobot nilai skala 3 (Kurang Setuju) dikalikan 3, bobot nilai skala 4 (Setuju) dikalikan 4, bobot nilai skala 5 (Sangat Setuju) dikalikan 5. Kemudian menghitung rata-rata pada setiap variabel. Penghitungan ini akan menghasilkan nilai X (Skor tertinggi likert x jumlah bobot) dan Y (Skor terendah likert y jumlah bobot). Setelah itu, melakukan analisis variabel *webqual 4.0* dengan melihat nilai persentase tiap variabelnya. Nilai *webqual 4.0* tersebut secara langsung berdampak pada keinginan pengguna untuk lebih sering mengunjungi *website* kembali. Lalu, menganalisis *IPA (Importance and Performance Analysis)* teknik analisis *IPA* mencari hubungan antara tingkat kepentingan dan tingkat kinerja melalui analisis terhadap nilai kesesuaian dan skor kesenjangan (*GAP*). Suatu organisasi tidak hanya menilai kualitas

keseluruhan layanannya sebagaimana dipersepsikan pengguna akhir, tetapi juga bisa mengidentifikasi indikator-indikator dan variabel-variabel dalam setiap dimensi yang membutuhkan perbaikan kualitas berdasarkan antara persepsi dan harapan pengguna antara lain dengan melakukan analisis tingkat kesesuaian, analisis kesenjangan (*GAP*), dan analisis kuadran.

3.5.1 Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk mengetahui apakah populasi data berdistribusi normal atau tidak (Wiyono, 2011). Uji ini biasanya digunakan untuk mengukur data dengan skala rasio, interval, dan ordinal. Jika analisis metode menggunakan parametrik maka hasil dari uji normalitas harus terpenuhi dengan kata lain data harus normal. Pengujian normalitas distribusi populasi dilakukan dengan menggunakan statistik *Kolmogorov-Smirnov* dengan taraf signifikansi 0,05 atau 5%. Data dikatakan berdistribusi normal jika nilai signifikansi lebih besar dari 0,05 atau 5% (Wiyono, 2011). Menurut Ghozali, ada dua cara untuk mendeteksi normal atau tidaknya data, yang pertama dengan menggunakan analisis grafik yaitu, melihat grafik histogram yang membandingkan nilai observasi dengan distribusi yang mendekati nilai distribusi normal. Tapi dengan cara ini hanya dapat digunakan untuk jumlah sampel yang kecil. Metode yang lebih bagus adalah dengan melihat *normal probability plot* yang membandingkan distribusi kumulatif dan distribusi normal, yang kedua yaitu analisis statistik,

3.5.2 Uji Homogenitas

Homogenitas varians merupakan asumsi bahwa varians harus sama pada sepanjang data yang berarti bahwa sampel yang digunakan diambil dari populasi yang memiliki varians yang sama (Field, 2009). Uji homogenitas dimaksudkan untuk mengetahui apakah data sampel berasal dari populasi yang bervarians homogen atau tidak. Dalam pembahasan persoalan homogenitas pada penelitian ini akan digunakan uji *Levene's Test*. Data sampel berasal dari populasi yang bervarian homogen jika nilai signifikansi lebih besar dari 0,05 atau 5% (Wiyono, 2011). Angka *Levene Statistic* menunjukkan semakin kecil nilainya maka semakin besar homogenitasnya (Wiyono, 2011).

3.5.3 Uji Linearitas

Uji linearitas dilakukan untuk melihat apakah variabel-variabel yang digunakan dalam penelitian memiliki hubungan yang linear atau tidak secara signifikan (Wiyono, 2011). Dalam pembahasan persoalan linearitas pada penelitian ini akan digunakan *Test for Linearity* dengan menggunakan taraf signifikansi 0,05 atau 5 %. Apabila nilai signifikansinya kurang dari 0,05 atau 5% maka dapat dikatakan bahwa dua variabel penelitian memiliki hubungan yang linier. Menurut Ghozali, uji linearitas digunakan untuk apakah spesifikasi model yang dibuat sudah benar atau tidak. Apakah fungsi yang digunakan pada studi empiris sebaiknya linear, kuadrat atau kubik.

3.6 Pembahasan

Pada tahap ini peneliti akan melakukan pembahasan hasil dari pengolahan data yang telah dilakukan pada bab sebelumnya untuk memperoleh informasi yang dapat digunakan bagi *Airyrooms.com* dalam melakukan perbaikan *website*. Pembahasan akan dilakukan pada setiap variabel *webqual* yaitu *usability*, *information quality*, dan *service interaction quality*. Kemudian peneliti akan memberikan rekomendasi pada tiap indikator yang perlu peningkatan perbaikan berdasarkan landasan kepustakaan. Pada pembahasan ini juga akan menjelaskan indikator-indikator variabel dengan *webqual 4.0*. Variabel-variabel tersebut akan menjelaskan mana yang memiliki pengaruh paling banyak terhadap kualitas *website Airyrooms.com*. Sedangkan hasil analisis kuadran *IPA* nantinya dapat menjelaskan variabel-variabel apa saja yang perlu mendapat prioritas perbaikan dan perhatian terkait dengan *website Airyrooms.com*

Selain itu, akan diberikan rekomendasi perbaikan dengan melakukan pemetaan hasil kuadran *IPA* ke dalam teori *usability*. Pada tahap ini juga akan didapatkan dari hasil kuesioner akan dianalisis sedemikian rupa sehingga dapat dijadikan sebagai salah satu komponen dalam melakukan rekomendasi perbaikan *website* dengan menggunakan teknik *webqual 4.0* dan juga *IPA (Importance Performance and Analysis)*.

3.7 Kesimpulan dan Saran

Pada tahap terakhir dilakukan penarikan kesimpulan dan saran. Kesimpulan berisi pembahasan atas hasil dari pengolahan dan analisis data yang telah dilakukan pada penelitian ini. Kesimpulan akan dibuat berdasarkan rumusan masalah pada penelitian ini dengan tujuan pertama mendeskripsikan kualitas layanan *website Airyrooms.com* terhadap kepuasan pengguna berdasarkan *webqual 4.0* yang terdiri dari variabel *usability*, *information quality*, dan *service interaction quality*, kedua mendeskripsikan harapan dari indikator-indikator yang bermasalah pada variabel *usability*, *information quality*, dan *service interaction quality* pada *website Airyrooms.com* berdasarkan analisis *IPA*, ketiga memberikan rekomendasi yang meluruskan untuk meningkatkan kualitas layanan *website Airyrooms.com* pada variabel *usability*, *information quality*, dan *service interaction quality*. Dari evaluasi yang telah dilakukan maka didapatkanlah saran sebagai usulan untuk melakukan perbaikan dan sebagai dasar pada penelitian selanjutnya.

BAB 4 HASIL DAN ANALISIS DATA

4.1 Uji Asumsi Klasik

4.1.1 Uji Normalitas

Uji Normalitas digunakan untuk mengetahui apakah model regresi, residual berdistribusi normal atau tidak (Ghozali, 2016). Uji normalitas dilakukan menggunakan uji *Kolmogorov-Smirnov* (K-S). Apabila nilai signifikansi > 0.05 berarti berdistribusi normal. Sebaliknya nilai < 0.05 maka data residual tidak normal. Berdasarkan lampiran G dapat dilihat bahwa nilai Asymp. Sig. untuk variabel *usability (performance)* sebesar 0.200 dan signifikan pada 0.05. Hasil ini menunjukkan bahwa data residual berdistribusi normal. Jadi dapat disimpulkan bahwa variabel *usability* memenuhi syarat normalitas dan dapat melanjutkan ke analisis selanjutnya. Berdasarkan lampiran G dapat dilihat bahwa nilai Asymp. Sig. untuk variabel *usability (Importance)* sebesar 0.055 dan signifikan pada 0.05. Hasil ini menunjukkan bahwa data residual berdistribusi normal. Jadi dapat disimpulkan bahwa variabel *usability* memenuhi syarat normalitas dan dapat melanjutkan ke analisis selanjutnya.

Berdasarkan lampiran G dapat dilihat bahwa nilai Asymp. Sig. untuk variabel *information quality (performance)* sebesar 0.085 dan signifikan pada 0.05. Hasil ini menunjukkan bahwa data residual berdistribusi normal. Jadi dapat disimpulkan bahwa variabel *information quality* memenuhi syarat normalitas dan dapat melanjutkan ke analisis selanjutnya. Berdasarkan lampiran G dapat dilihat bahwa nilai Asymp. Sig. untuk variabel *information quality (Importance)* sebesar 0.065 dan signifikan pada 0.05. Hasil ini menunjukkan bahwa data residual berdistribusi normal. Jadi dapat disimpulkan bahwa variabel *information quality* memenuhi syarat normalitas dan dapat melanjutkan ke analisis selanjutnya. Berdasarkan lampiran G dapat dilihat bahwa nilai Asymp. Sig. untuk variabel *service interaction quality (Performance)* sebesar 0.075 dan signifikan pada 0.05. Hasil ini menunjukkan bahwa data residual berdistribusi normal. Jadi dapat disimpulkan bahwa variabel *service interaction quality* memenuhi syarat normalitas dan dapat melanjutkan ke analisis selanjutnya. Berdasarkan lampiran G dapat dilihat bahwa nilai Asymp. Sig. untuk variabel *service interaction quality (Importance)* sebesar 0.085 dan signifikan pada 0.05. Hasil ini menunjukkan bahwa data residual berdistribusi normal. Jadi dapat disimpulkan bahwa variabel *service interaction quality* memenuhi syarat normalitas dan dapat melanjutkan ke analisis selanjutnya.

4.1.2 Uji Linearitas

Uji linearitas digunakan untuk mengetahui apakah dua variabel terdapat hubungan yang linear atau tidak (Ghozali, 2016). Apabila signifikansi < 0.05 artinya terdapat hubungan yang linear antara variabel X (independen) dan variabel Y (dependen) sedangkan jika nilai signifikansi > 0.05 artinya tidak terdapat hubungan yang linear pada variabel X (independen) dengan variabel Y

(dependen). Berdasarkan hasil pada lampiran H dapat dilihat bahwa nilai signifikansi *information quality* pada *linearity* sebesar 0.00. Hasil ini menunjukkan bahwa antara variabel *usability* dengan *information quality* terdapat hubungan yang linear. Hasil tersebut menunjukkan bahwa terdapat hubungan yang linear antar variabel *usability* dan *information quality*. Berdasarkan hasil pada lampiran H dapat dilihat bahwa nilai signifikansi *service interaction quality* pada *linearity* sebesar 0.00. Hasil ini menunjukkan bahwa antara variabel *usability* dengan *service interaction quality* terdapat hubungan yang linear. Hasil tersebut menunjukkan bahwa terdapat hubungan yang linear antar variabel *usability* dan *service interaction quality*.

4.1.3 Uji Homogenitas

Uji homogenitas digunakan untuk melihat varian populasi memiliki varian yang sama atau tidak (Wiyono, 2011). Kriteria pengujian homogenitas adalah dengan melihat nilai signifikansi. Apabila nilai signifikansi > 0.05 maka dapat dikatakan bahwa data pada satu atau lebih kelompok memiliki varian yang sama. Berdasarkan lampiran I dapat dilihat bahwa pengujian homogenitas untuk variabel *information quality* dan *service interaction quality* terhadap *usability* memiliki nilai signifikansi sebesar 0.173 dan 0.79 yang artinya lebih besar dari 0.05. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa kelompok data *information quality* dan *service interaction quality* berdasarkan *usability* memiliki varian yang sama. Berdasarkan lampiran I dapat dilihat bahwa pengujian homogenitas untuk variabel *usability* dan *information quality* memiliki nilai signifikansi sebesar 0.247 dan 0.219 yang artinya lebih besar dari 0.05. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa kelompok data *usability* dan *information quality* berdasarkan *service interaction quality* memiliki varian yang sama. Berdasarkan lampiran I dapat dilihat bahwa pengujian homogenitas untuk variabel *usability* dan *service interaction quality* memiliki nilai signifikansi sebesar 0.225 dan 0.020 yang artinya lebih besar dari 0.05 dan lebih kecil dari 0.05. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa kelompok data *service interaction quality* berdasarkan *information quality* memiliki varian yang berbeda sedangkan untuk kelompok data *usability* berdasarkan *quality information* memiliki varian yang sama.

4.2 Usability

Pada penelitian kali ini terdapat 7 variabel, yaitu : (1) *appearance*; (2) *ease of use and navigation*; (3) *the Image Conveyed to the User*; (4) *learnability*; (5) *efficiency*; (6) *errors* dan (7) *satisfaction*. Evaluasi ini didasarkan dan dilakukan pada variabel-variabel yang sudah ditentukan oleh peneliti. Masing-masing indikator memiliki dua buah pernyataan. Dan Jawab berasal dari 100 responden, pada variabel *usability* dilakukan analisis deskriptif dimana terdiri dari *mean*, *median*, *modus*, *standar deviasi*, varian, dan *standar error*. Hasil analisis deskriptif untuk variabel *usability* disajikan dalam bentuk Tabel 4.1.

Tabel 4.1 Statistik Deskriptif *Usability* Kinerja (*Performance*)

Indikator	Kode	Mean		Median		Modus		Standar Deviasi		Varian		Standar Error	
Appearance	US1	3.8	3.44	4	3.5	4	4	0.72	0.81	0.52	0.66	0.072	0.081
	US2	3.08		3		4		0.89		0.80		0.089	
Ease of use and navigation	US3	3.9	3.46	4	3.5	4	3.5	0.68	0.84	0.47	0.73	0.068	0.084
	US4	3.03		3		3		0.99		0.99		0.099	
The image conveyed to the user	US5	3.82	3.49	4	3.5	4	3.5	0.74	0.86	0.5	0.77	0.074	0.087
	US6	3.17		3		3		0.99		0.99		0.099	
Learnability	US7	3.97	3.67	4	4	4	4	0.75	0.84	0.57	0.72	0.075	0.084
	US8	3.38		4		4		0.94		0.88		0.094	
Efficiency	US9	3.95	3.59	4	3.5	4	3	0.84	0.97	0.71	0.96	0.084	0.097
	US10	3.23		3		2		1.09		1.20		1.009	
Errors	US11	3.76	3.82	4	4	4	4	0.87	0.82	0.77	0.68	0.087	0.082
	US12	3.89		4		4		0.77		0.60		0.077	
Satisfaction	US13	3.85	3.44	4	3.5	4	3.5	0.68	0.84	0.47	0.74	0.068	0.084
	US14	3.04		3		3		1.00		1.00		1.000	

Tabel 4.1 menunjukkan hasil penghitungan analisis deskriptif pada variabel *usability* dengan hasil nilai kinerja (*Performance*) pada indikator *appearance* memiliki hasil *mean* senilai 3.44, *median* senilai 3.5, *modus* senilai 4, *standar deviasi* senilai 0.081, *varian* senilai 0.66, dan nilai standar error senilai 0.81. Maksud dari *mean* sendiri adalah untuk mengetahui rerata atau nilai rata-rata dari hasil 100 responden dengan nilai *mean* yang didapatkan 3.44, kemudian *median* untuk mengetahui nilai tengah dari sebuah data dari hasil 100 responden yang didapatkan dengan angka 3.5, untuk nilai *modus* mengetahui nilai yang sering muncul atau jawaban yang sangat banyak dijawab oleh responden dengan nilai *modus* yang didapatkan yaitu 4, sedangkan untuk *standar deviasi* mengetahui jarak sebaran atau lebar data memiliki rata-rata 0.81, nilai varian kelompok data adalah 0.66 yang menunjukkan bahwa tingkat keragaman data yang sudah dijawab oleh responden memiliki nilai 0.66, nilai *standar error* untuk mengetahui ketepatan sebuah nilai *mean* dengan cara mengetahui range perkiraan *mean* yang diperoleh senilai 0.081.

Pada indikator *Ease of use and navigation* memiliki hasil *mean* senilai 3.46, *median* senilai 3.5, *modus* senilai 4, *standar deviasi* senilai 0.84, *varian* senilai 0.73, dan nilai standar error senilai 0.084. Maksud dari *mean* sendiri adalah untuk mengetahui rerata atau nilai rata-rata dari hasil 100 responden dengan

nilai *mean* yang didapatkan 3.46, kemudian *median* untuk mengetahui nilai tengah dari sebuah data dari hasil 100 responden yang didapatkan dengan angka 3.5, untuk nilai *modus* mengetahui nilai yang sering muncul atau jawaban yang sangat banyak dijawab oleh responden dengan nilai *modus* yang didapatkan yaitu 4, sedangkan untuk *standar deviasi* mengetahui jarak sebaran atau lebar tiap data memiliki rata-rata 0.84, nilai varian kelompok data adalah 0.73 yang menunjukkan bahwa tingkat keragaman data yang sudah dijawab oleh responden memiliki nilai 0.73, nilai *standar error* untuk mengetahui ketepatan sebuah nilai *mean* dengan cara mengetahui range perkiraan *mean* yang diperoleh senilai 0.084.

Pada indikator *The Image Conveyed to the User* memiliki hasil *mean* senilai 3.49, *median* senilai 3.5, *modus* senilai 3.5, *standar deviasi* senilai 0.86, *varian* senilai 0.77, dan nilai standar error senilai 0.087. Maksud dari *mean* sendiri adalah untuk mengetahui rerata atau nilai rata-rata dari hasil 100 responden dengan nilai *mean* yang didapatkan 3.49, kemudian *median* untuk mengetahui nilai tengah dari sebuah data dari hasil 100 responden yang didapatkan dengan angka 3.5, untuk nilai *modus* mengetahui nilai yang sering muncul atau jawaban yang sangat banyak dijawab oleh responden dengan nilai *modus* yang didapatkan yaitu 3.5, sedangkan untuk *standar deviasi* mengetahui jarak sebaran atau lebar tiap data memiliki rata-rata 0.86, nilai varian kelompok data adalah 0.77 yang menunjukkan bahwa tingkat keragaman data yang sudah dijawab oleh responden memiliki nilai 0.77, nilai *standar error* untuk mengetahui ketepatan sebuah nilai *mean* dengan cara mengetahui range perkiraan *mean* yang diperoleh senilai 0.087.

Pada indikator *Learnability* memiliki hasil *mean* senilai 3.67, *median* senilai 4, *modus* senilai 4, *standar deviasi* senilai 0.84, *varian* senilai 0.72, dan nilai standar error senilai 0.084. Maksud dari *mean* sendiri adalah untuk mengetahui rerata atau nilai rata-rata dari hasil 100 responden dengan nilai *mean* yang didapatkan 3.67, kemudian *median* untuk mengetahui nilai tengah dari sebuah data dari hasil 100 responden yang didapatkan dengan angka 4, untuk nilai *modus* mengetahui nilai yang sering muncul atau jawaban yang sangat banyak dijawab oleh responden dengan nilai *modus* yang didapatkan yaitu 4, sedangkan untuk *standar deviasi* mengetahui jarak sebaran atau lebar tiap data memiliki rata-rata 0.86, nilai varian kelompok data adalah 0.77 yang menunjukkan bahwa tingkat keragaman data yang sudah dijawab oleh responden memiliki nilai 0.77, nilai *standar error* untuk mengetahui ketepatan sebuah nilai *mean* dengan cara mengetahui range perkiraan *mean* yang diperoleh senilai 0.084.

Pada indikator *Efficiency* memiliki hasil *mean* senilai 3.59, *median* senilai 3.5, *modus* senilai 3.5, *standar deviasi* senilai 0.97, *varian* senilai 0.96, dan nilai standar error senilai 0.097. Maksud dari *mean* sendiri adalah untuk mengetahui rerata atau nilai rata-rata dari hasil 100 responden dengan nilai *mean* yang didapatkan 3.49, kemudian *median* untuk mengetahui nilai tengah dari sebuah data dari hasil 100 responden yang didapatkan dengan angka 3.5, untuk nilai *modus* mengetahui nilai yang sering muncul atau jawaban yang sangat banyak

dijawab oleh responden dengan nilai *modus* yang didapatkan yaitu 3.5, sedangkan untuk *standar deviasi* mengetahui jarak sebaran atau lebar data memiliki rata-rata 0.97, nilai varian kelompok data adalah 0.96 yang menunjukkan bahwa tingkat keragaman data yang sudah dijawab oleh responden memiliki nilai 0.96, nilai *standar error* untuk mengetahui ketepatan sebuah nilai *mean* dengan cara mengetahui range perkiraan *mean* yang diperoleh senilai 0.097.

Pada indikator *Errors* memiliki hasil *mean* senilai 3.82, *median* senilai 4, *modus* senilai 4, *standar deviasi* senilai 0.82, *varian* senilai 0.68, dan nilai standar error senilai 0.082. Maksud dari *mean* sendiri adalah untuk mengetahui rerata atau nilai rata-rata dari hasil 100 responden dengan nilai *mean* yang didapatkan 3.82, kemudian *median* untuk mengetahui nilai tengah dari sebuah data dari hasil 100 responden yang didapatkan dengan angka 4, untuk nilai *modus* mengetahui nilai yang sering muncul atau jawaban yang sangat banyak dijawab oleh responden dengan nilai *modus* yang didapatkan yaitu 4, sedangkan untuk *standar deviasi* mengetahui jarak sebaran atau lebar data memiliki rata-rata 0.82, nilai varian kelompok data adalah 0.68 yang menunjukkan bahwa tingkat keragaman data yang sudah dijawab oleh responden memiliki nilai 0.68, nilai *standar error* untuk mengetahui ketepatan sebuah nilai *mean* dengan cara mengetahui range perkiraan *mean* yang diperoleh senilai 0.082.

Pada indikator *Satisfaction* memiliki hasil *mean* senilai 3.44, *median* senilai 3.5, *modus* senilai 3.5, *standar deviasi* senilai 0.84, *varian* senilai 0.76, dan nilai standar error senilai 0.084. Maksud dari *mean* sendiri adalah untuk mengetahui rerata atau nilai rata-rata dari hasil 100 responden dengan nilai *mean* yang didapatkan 3.44, kemudian *median* untuk mengetahui nilai tengah dari sebuah data dari hasil 100 responden yang didapatkan dengan angka 3.5, untuk nilai *modus* mengetahui nilai yang sering muncul atau jawaban yang sangat banyak dijawab oleh responden dengan nilai *modus* yang didapatkan yaitu 3.5, sedangkan untuk *standar deviasi* mengetahui jarak sebaran atau lebar data memiliki rata-rata 0.84, nilai varian kelompok data adalah 0.76 yang menunjukkan bahwa tingkat keragaman data yang sudah dijawab oleh responden memiliki nilai 0.76, nilai *standar error* untuk mengetahui ketepatan sebuah nilai *mean* dengan cara mengetahui range perkiraan *mean* yang diperoleh senilai 0.084.

Tabel 4.2 Hasil Indikator Usability Kinerja (Performance)

Indikator	Kode	1	2	3	4	5	Jumlah	Nilai Pernyataan	
		Nilai	Nilai	Nilai	Nilai	Nilai		Total	%
Appearance	US1	0	8	14	68	10	100	380	7.61%
	US2	0	33	29	35	3	100	308	6.17%
Ease of use	US3	1	2	17	66	14	100	390	7.82%

Tabel 4.3 Hasil Indikator *Usability* kinerja (*performance*) lanjutan

Indikator	Kode	1	2	3	4	5	Jumlah	Nilai Pernyataan	
		Nilai	Nilai	Nilai	Nilai	Nilai		Total	%
and navigation	US4	5	28	31	31	5	100	303	6.07%
The image conveyed to the user	US5	0	7	17	63	13	100	382	7.65%
	US6	5	19	38	30	8	100	317	6.35%
Learnability	US7	1	5	9	66	19	100	397	7.96%
	US8	1	20	28	42	9	100	338	6.77%
Efficiency	US9	3	3	11	62	21	100	395	7.92%
	US10	2	31	23	30	14	100	323	6.47%
Errors	US11	2	6	23	52	17	100	376	7.53%
	US12	2	4	12	67	15	100	389	7.80%
Satisfaction	US13	0	3	23	60	14	100	385	7.72%
	US14	5	27	33	29	6	100	304	6.09%
Jumlah		27	196	308	701	168	1400	4987	100%
Persentase		1.92 (%)	14 (%)	22 (%)	50.07 (%)	12 (%)	100 (%)		

Tabel yang disajikan diatas pada tabel 4.2 dan tabel 4.3 dapat menyimpulkan bahwa dari 100 responden, responden atau user banyak memilih pada pernyataan setuju atau nomor 4 dengan jawaban sebanyak 701 kali atau sebesar 50.07% dari total keseluruhan jawaban. Sehingga, dapat dikatakan jika pada variabel *usability (performance)* berada dalam performa yang sudah baik. Saat dilihat pada masing-masing indikator pernyataan untuk *website Airyrooms.com* pada variabel *usability*, dapat dilakukan pengurutan dari yang memiliki nilai tertinggi hingga nilai terendah. Indikator akan dilakukan pengurutan dari yang nilai tertinggi, yaitu kode US7 dengan nilai 397 dan persentase 7.96%, kode US9 dengan nilai 395 dan persentase 7.92%, kode US3 dengan nilai 390 dan persentase 7.82%, kode US12 dengan nilai 389 dan persentase 7.80%, kode US13 dengan nilai 385 dan persentase 7.72%, kode US5 dengan nilai 382 dan persentase 7.65%, kode US1 dengan nilai 380 dan persentase 7.61%, kode US11 dengan nilai 376 dan persentase 7.53%, kode US8 dengan nilai 338 dan persentase 6.77%, kode US10 dengan nilai 323 dan persentase 6.47%, kode US6 dengan nilai 317 dan persentase 6.35%, kode US2 dengan nilai 308 dan persentase 6.17%, kode US14 dengan nilai 304 dan persentase 6.09%, kode US4 dengan nilai 303 dan persentase 6.07%.

Tabel 4.4 Kategori *Usability* Kinerja (*Performance*)

Indikator	Nilai Tengah <i>Mean</i> (%)	<i>Mean</i> setelah dihitung dengan standar error	Kategori
Appearance	68.8%	60.7% - 76.9%	Tinggi
Ease of use and navigation	69.3%	60.9% - 77.7%	Tinggi
The image conveyed to the user	69.9%	61.2% - 78.6%	Tinggi
Learnability	73.5%	65.1% - 82.9%	Tinggi
Efficiency	71.8%	62.1% - 81.5%	Tinggi
Errors	76.5%	68.3% - 84.7%	Tinggi
Satisfaction	68.9%	60.5% - 77.3 %	Tinggi
Rata – rata Total	71.24%	62.64% - 79.84%	Tinggi

Pada Tabel 4.4 dapat menunjukkan bahwa indikator *appearance* mempunyai nilai persentase *mean* sebesar 68.8% serta memiliki persentase *mean* setelah dihitung dengan standar error antara 60.7% hingga 76.9% yang berarti termasuk ke dalam kategori tinggi. Indikator *ease of use and navigation* memiliki nilai persentase *mean* sebesar 69.3% serta memiliki persentase *mean* setelah dihitung dengan standar error antara 60.9% hingga 77.7% yang berarti masuk ke dalam kategori tinggi. Indikator *the image conveyed to the user* memiliki nilai persentase *mean* sebesar 69.9% serta memiliki persentase *mean* setelah dihitung dengan standar error antara 61.2% hingga 78.6% yang berarti masuk ke dalam kategori tinggi. Indikator *learnability* memiliki nilai persentase *mean* sebesar 73.5% serta memiliki persentase *mean* setelah dihitung dengan standar error antara 65.1% hingga 82.9% yang berarti masuk ke dalam kategori tinggi. Indikator *efficiency* memiliki nilai persentase *mean* sebesar 71.8% serta memiliki persentase *mean* setelah dihitung dengan standar error antara 62.1% hingga 81.5% yang berarti masuk ke dalam kategori tinggi. Indikator *errors* memiliki nilai persentase *mean* sebesar 76.5% serta memiliki persentase *mean* setelah dihitung dengan standar error antara 68.3% hingga 84.7% yang berarti masuk ke dalam kategori tinggi. Indikator *satisfaction* memiliki nilai persentase *mean* sebesar 68.9% serta memiliki persentase *mean* setelah dihitung dengan standar error antara 60.5% hingga 77.3% yang berarti masuk ke dalam kategori tinggi. Sedangkan rata-rata total memiliki nilai persentase *mean* sebesar 71.24% serta memiliki persentase *mean* setelah dihitung dengan standar error antara 62.64% hingga 79.84% yang berarti masuk ke dalam kategori tinggi, namun terdapat 4 indikator yang berada di bawah rata-rata yaitu *appearance*, *ease of use and*

navigation, the image conveyed to the user dan satisfaction. Serta terdapat 3 indikator yang berada di atas rata-rata yaitu *learnability*, *efficiency*, dan *errors*.

Tabel 4.5 Statistik Deskriptif Usability Kepentingan (*Importance*)

Indikator	Kode	Mean		Median		Modus		Standar Deviasi		Varian		Standar Error	
Appearance	US1	4.35	3.95	5	4.5	5	4.5	0.86	0.96	0.75	0.93	0.086	0.096
	US2	3.55		4		4		1.05		1.11		1.005	
Ease of use and navigation	US3	4.28	4.34	4	4	4	4.5	0.84	0.73	0.70	0.55	0.084	0.073
	US4	4.4		4		5		0.63		0.40		0.063	
The image conveyed to the user	US5	4.11	4.09	4	4	4	4	0.93	0.85	0.86	0.73	0.093	0.085
	US6	4.07		4		4		0.78		0.61		0.078	
Learnability	US7	4.15	4.13	4	4	4	4	0.86	0.89	0.75	0.80	0.86	0.089
	US8	4.11		4		4		0.91		0.84		0.92	
Efficiency	US9	4.29	4.24	4	4	4	4	0.74	0.75	0.55	0.57	0.74	0.075
	US10	4.19		4		4		0.77		0.59		0.77	
Errors	US11	4.25	4.26	4	4	4	4.5	0.71	0.77	0.51	0.59	0.71	0.077
	US12	4.27		4		5		0.82		0.68		0.82	
Satisfaction	US13	4.33	4.38	4	4	4	4.5	0.80	0.72	0.64	0.52	0.80	0.072
	US14	4.43		4		5		0.63		0.40		0.63	

Tabel di atas atau pada tabel 4.5 menunjukkan hasil penghitungan analisis deskriptif pada variabel *usability* dengan hasil nilai kepentingan (*Importance*). Pada indikator *appearance* memiliki hasil *mean* senilai 3.95, *median* senilai 4.5, *modus* senilai 4.5, *standar deviasi* senilai 0.96, *varian* senilai 0.75, dan nilai standar error senilai 0.096. Maksud dari *mean* sendiri adalah untuk mengetahui rerata atau nilai rata-rata dari hasil 100 responden dengan nilai *mean* yang didapatkan 3.95, kemudian *median* untuk mengetahui nilai tengah dari sebuah data dari hasil 100 responden yang didapatkan dengan angka 4.5, untuk nilai *modus* mengetahui nilai yang sering muncul atau jawaban yang sangat banyak dijawab oleh responden dengan nilai *modus* yang didapatkan yaitu 4.5, sedangkan untuk *standar deviasi* mengetahui jarak sebaran atau lebar data memiliki rata-rata 0.96, nilai varian kelompok data adalah 0.75 yang menunjukkan bahwa tingkat keragaman data yang sudah dijawab oleh responden memiliki nilai 0.75, nilai *standar error* untuk mengetahui ketepatan sebuah nilai *mean* dengan cara mengetahui range perkiraan *mean* yang diperoleh senilai 0.096.

Pada indikator *Ease of Use and Navigation* memiliki hasil *mean* senilai 4.34, *median* senilai 4, *modus* senilai 4.5, *standar deviasi* senilai 0.73, *varian* senilai 0.55, dan nilai standar error senilai 0.073. Maksud dari *mean* sendiri adalah

untuk mengetahui rerata atau nilai rata-rata dari hasil 100 responden dengan nilai *mean* yang didapatkan 4.34, kemudian *median* untuk mengetahui nilai tengah dari sebuah data dari hasil 100 responden yang didapatkan dengan angka 4, untuk nilai *modus* mengetahui nilai yang sering muncul atau jawaban yang sangat banyak dijawab oleh responden dengan nilai *modus* yang didapatkan yaitu 4.5, sedangkan untuk *standar deviasi* mengetahui jarak sebaran atau lebar tiap data memiliki rata-rata 0.73, nilai varian kelompok data adalah 0.55 yang menunjukkan bahwa tingkat keragaman data yang sudah dijawab oleh responden memiliki nilai 0.55, nilai *standar error* untuk mengetahui ketepatan sebuah nilai *mean* dengan cara mengetahui range perkiraan *mean* yang diperoleh senilai 0.073.

Pada indikator *The Image Conveyed to the User* memiliki hasil *mean* senilai 4.09, *median* senilai 4, *modus* senilai 4, *standar deviasi* senilai 0.85, *varian* senilai 0.73, dan nilai standar error senilai 0.085. Maksud dari *mean* sendiri adalah untuk mengetahui rerata atau nilai rata-rata dari hasil 100 responden dengan nilai *mean* yang didapatkan 4.09, kemudian *median* untuk mengetahui nilai tengah dari sebuah data dari hasil 100 responden yang didapatkan dengan angka 4, untuk nilai *modus* mengetahui nilai yang sering muncul atau jawaban yang sangat banyak dijawab oleh responden dengan nilai *modus* yang didapatkan yaitu 4, sedangkan untuk *standar deviasi* mengetahui jarak sebaran atau lebar tiap data memiliki rata-rata 0.85, nilai varian kelompok data adalah 0.73 yang menunjukkan bahwa tingkat keragaman data yang sudah dijawab oleh responden memiliki nilai 0.73, nilai *standar error* untuk mengetahui ketepatan sebuah nilai *mean* dengan cara mengetahui range perkiraan *mean* yang diperoleh senilai 0.085.

Pada indikator *Learnability* memiliki hasil *mean* senilai 4.13, *median* senilai 4, *modus* senilai 4, *standar deviasi* senilai 0.89, *varian* senilai 0.80, dan nilai standar error senilai 0.089. Maksud dari *mean* sendiri adalah untuk mengetahui rerata atau nilai rata-rata dari hasil 100 responden dengan nilai *mean* yang didapatkan 4.13, kemudian *median* untuk mengetahui nilai tengah dari sebuah data dari hasil 100 responden yang didapatkan dengan angka 4, untuk nilai *modus* mengetahui nilai yang sering muncul atau jawaban yang sangat banyak dijawab oleh responden dengan nilai *modus* yang didapatkan yaitu 4, sedangkan untuk *standar deviasi* mengetahui jarak sebaran atau lebar tiap data memiliki rata-rata 0.89, nilai varian kelompok data adalah 0.80 yang menunjukkan bahwa tingkat keragaman data yang sudah dijawab oleh responden memiliki nilai 0.80, nilai *standar error* untuk mengetahui ketepatan sebuah nilai *mean* dengan cara mengetahui range perkiraan *mean* yang diperoleh senilai 0.089.

Pada indikator *Efficiency* memiliki hasil *mean* senilai 4.24, *median* senilai 4, *modus* senilai 4, *standar deviasi* senilai 0.75, *varian* senilai 0.57, dan nilai standar error senilai 0.075. Maksud dari *mean* sendiri adalah untuk mengetahui rerata atau nilai rata-rata dari hasil 100 responden dengan nilai *mean* yang didapatkan 4.24, kemudian *median* untuk mengetahui nilai tengah dari sebuah data dari hasil 100 responden yang didapatkan dengan angka 4, untuk nilai *modus*

mengetahui nilai yang sering muncul atau jawaban yang sangat banyak dijawab oleh responden dengan nilai *modus* yang didapatkan yaitu 4, sedangkan untuk *standar deviasi* mengetahui jarak sebaran atau lebar tiap data memiliki rata-rata 0.75, nilai varian kelompok data adalah 0.57 yang menunjukkan bahwa tingkat keragaman data yang sudah dijawab oleh responden memiliki nilai 0.57, nilai *standar error* untuk mengetahui ketepatan sebuah nilai *mean* dengan cara mengetahui range perkiraan *mean* yang diperoleh senilai 0.075.

Pada indikator *Errors* memiliki hasil *mean* senilai 4.26, *median* senilai 4, *modus* senilai 4.5, *standar deviasi* senilai 0.77, *varian* senilai 0.59, dan nilai standar error senilai 0.077. Maksud dari *mean* sendiri adalah untuk mengetahui rerata atau nilai rata-rata dari hasil 100 responden dengan nilai *mean* yang didapatkan 4.26, kemudian *median* untuk mengetahui nilai tengah dari sebuah data dari hasil 100 responden yang didapatkan dengan angka 4, untuk nilai *modus* mengetahui nilai yang sering muncul atau jawaban yang sangat banyak dijawab oleh responden dengan nilai *modus* yang didapatkan yaitu 4.5, sedangkan untuk *standar deviasi* mengetahui jarak sebaran atau lebar tiap data memiliki rata-rata 0.77, nilai varian kelompok data adalah 0.59 yang menunjukkan bahwa tingkat keragaman data yang sudah dijawab oleh responden memiliki nilai 0.59, nilai *standar error* untuk mengetahui ketepatan sebuah nilai *mean* dengan cara mengetahui range perkiraan *mean* yang diperoleh senilai 0.077.

Pada indikator *Satisfaction* memiliki hasil *mean* senilai 4.38, *median* senilai 4, *modus* senilai 4.5, *standar deviasi* senilai 0.72, *varian* senilai 0.52, dan nilai standar error senilai 0.072. Maksud dari *mean* sendiri adalah untuk mengetahui rerata atau nilai rata-rata dari hasil 100 responden dengan nilai *mean* yang didapatkan 4.38, kemudian *median* untuk mengetahui nilai tengah dari sebuah data dari hasil 100 responden yang didapatkan dengan angka 4, untuk nilai *modus* mengetahui nilai yang sering muncul atau jawaban yang sangat banyak dijawab oleh responden dengan nilai *modus* yang didapatkan yaitu 4.5, sedangkan untuk *standar deviasi* mengetahui jarak sebaran atau lebar tiap data memiliki rata-rata 0.72, nilai varian kelompok data adalah 0.52 yang menunjukkan bahwa tingkat keragaman data yang sudah dijawab oleh responden memiliki nilai 0.52, nilai *standar error* untuk mengetahui ketepatan sebuah nilai *mean* dengan cara mengetahui range perkiraan *mean* yang diperoleh senilai 0.072.

Tabel 4.6 Hasil Indikator *Usability* Kepentingan (*Importance*)

Indikator	Kode	1	2	3	4	5	Jumlah	Skor Pertanyaan	
		Nilai	Nilai	Nilai	Nilai	Nilai		Total	%
Appearance	US1	3	1	5	40	51	100	435	7.40%
	US2	5	13	19	48	15	100	355	6.03%
Ease of use	US3	2	3	4	47	44	100	428	7.28%

Tabel 4.7 Hasil Indikator *Usability* Kepentingan (*Importance*) lanjutan

and navigation	US4	0	0	8	44	48	100	440	7.48%
The image conveyed to the user	US5	2	5	11	44	38	100	411	6.99%
	US6	2	1	12	58	27	100	407	6.92%
Learnability	US7	3	1	10	50	36	100	415	7.06%
	US8	2	6	7	49	36	100	411	6.99%
Efficiency	US9	1	1	8	48	42	100	429	7.29%
	US10	2	1	7	56	34	100	419	7.12%
Errors	US11	0	3	7	52	38	100	425	7.23%
	US12	1	3	9	42	45	100	427	7.26%
Satisfaction	US13	2	2	3	47	46	100	433	7.36%
	US14	0	2	2	47	49	100	443	7.53%
Jumlah		25	42	112	672	549	1400	5878	100%
Persentase		1.78 %	3 %	8 %	48 %	39.21 %	100 %		

Tabel yang disajikan diatas ada tabel 4.6 dan tabel 4.7 dapat menyimpulkan bahwa dari 100 responden, responden atau user banyak memilih pada pernyataan setuju atau nomor 4 dengan jawaban sebanyak 672 kali atau sebesar 48% dari total keseluruhan jawaban. Sehingga, dapat dikatakan jika pada variabel *usability(Importance)* berada dalam performa yang sudah baik. Saat dilihat pada masing-masing indikator pernyataan untuk *website Airyrooms.com* pada variabel *usability*, dapat dilakukan pengurutan dari yang nilai tertinggi, yaitu kode US14 dengan nilai 443 dan persentase 7.53%, kode US4 dengan nilai 440 dan persentase 7.48%, kode US1 dengan nilai 435 dan persentase 7.40%, kode US13 dengan nilai 433 dan persentase 7.36%, kode US9 dengan nilai 429 dan persentase 7.29%, kode US3 dengan nilai 428 dan persentase 7.28%, kode US12 dengan nilai 427 dan persentase 7.26%, kode US11 dengan nilai 425 dan persentase 7.23%, kode US10 dengan nilai 419 dan persentase 7.12%, kode US7 dengan nilai 415 dan persentase 7.06%, kode US5 dengan nilai 411 dan persentase 6.99%, kode US8 dengan nilai 411 dan persentase 6.99%, kode US6 dengan nilai 407 dan persentase 6.92%, kode US2 dengan nilai 355 dan persentase 6.03%.

Tabel 4.8 Kategori *Usability* Kepentingan (*Importance*)

Indikator	Mean (%)	Mean setelah dihitung dengan standar error	Kategori
Appearance	79%	69.4% - 88.6%	Tinggi
Ease of use and	86.7%	79.4% - 94%	Sangat Tinggi

Tabel 4.9 Kategori Usability Kepentingan (*Importance*) lanjutan

navigation			
The image conveyed to the user	81.8%	73.3% - 90.3%	Tinggi
Learnability	82.6%	73.1% - 91.5%	Tinggi
Efficiency	84.8%	77.3% - 92.3%	Sangat Tinggi
Errors	85.2%	74.5% - 92.9%	Sangat Tinggi
Satisfaction	87.6%	80.4% - 94.8%	Sangat Tinggi
Rata – rata Total	83.97%	75.82% - 92.12%	Sangat Tinggi

Pada Tabel 4.9 dapat menunjukkan bahwa indikator *appearance* mempunyai nilai persentase *mean* sebesar 79% serta memiliki persentase *mean* setelah dihitung dengan standar error antara 69.4% sampai 88.6% yang berarti termasuk ke dalam kategori tinggi. Indikator *ease of use and navigation* memiliki nilai persentase *mean* sebesar 86.7% serta memiliki persentase *mean* setelah dihitung dengan standar error antara 79.4% sampai 94% yang berarti masuk ke dalam kategori sangat tinggi. Indikator *the image conveyed to the user* memiliki nilai persentase *mean* sebesar 81.8% serta memiliki persentase *mean* setelah dihitung dengan standar error antara 73.3% sampai 90.3% yang berarti masuk ke dalam kategori tinggi. Indikator *learnability* memiliki nilai persentase *mean* sebesar 82.6% serta memiliki persentase *mean* setelah dihitung dengan standar error antara 73.1% sampai 91.5% yang berarti masuk ke dalam kategori tinggi. Indikator *efficiency* memiliki nilai persentase *mean* sebesar 84.8% serta memiliki persentase *mean* setelah dihitung dengan standar error antara 77.3% sampai 92.3% yang berarti masuk ke dalam kategori sangat tinggi. Indikator *errors* memiliki nilai persentase *mean* sebesar 85.2% serta memiliki persentase *mean* setelah dihitung dengan standar error antara 74.5% sampai 92.9% yang berarti masuk ke dalam kategori sangat tinggi. Indikator *satisfaction* memiliki nilai persentase *mean* sebesar 87.6% serta memiliki persentase *mean* setelah dihitung dengan standar error antara 80.4% sampai 94.8% yang berarti masuk ke dalam kategori sangat tinggi. Sedangkan rata-rata total memiliki nilai persentase *mean* sebesar 83.97% serta memiliki persentase *mean* setelah dihitung dengan standar error antara 75.82% sampai 92.12% yang berarti masuk ke dalam kategori tinggi, namun terdapat 3 indikator yang berada di bawah rata rata yaitu *Appearance*, *the image conveyed to the user* dan *learnability*. Dan terdapat 4 indikator yang berada di atas rata-rata yaitu *ease of use and navigation*, *efficiency*, *satisfaction* dan *errors*.

4.3 Information Quality

Tabel 4.10 Statistik Deskriptif *Information Quality* Kinerja (*Performance*)

Indikator	Kode	Mean		Median		Modus		Standar Deviasi		Varian		Standar Error	
Accuracy	IQ1	3.68	3.82	4	4	4	4	0.73	0.72	0.54	0.52	0.073	0.072
	IQ2	3.96		4		4		0.70		0.50		0.070	
Relevanc e	IQ3	2.98	3.47	3	3.5	3	3.5	0.98	0.89	0.96	0.80	0.098	0.089
	IQ4	3.96		4		4		0.80		0.64		0.080	
Represen tational	IQ5	2.85	3.46	3	3.5	3	3.5	0.88	0.71	0.77	0.53	0.088	0.071
	IQ6	4.08		4		4		0.54		0.29		0.054	
Accessibi lity	IQ7	2.91	3.47	3	3.5	3	3.5	0.91	0.72	0.83	0.56	0.091	0.072
	IQ8	4.03		4		4		0.54		0.29		0.054	

Tabel di atas atau pada tabel 4.10 menunjukkan hasil penghitungan analisis deskriptif pada variabel *information quality* dengan hasil nilai kinerja (*Performance*) pada indikator *accuracy* memiliki hasil *mean* senilai 3.82, *median* senilai 4, *modus* senilai 4, *standar deviasi* senilai 0.72, *varian* senilai 0.52, dan nilai standar error senilai 0.072. Maksud dari *mean* sendiri adalah untuk mengetahui rerata atau nilai rata-rata dari hasil 100 responden dengan nilai *mean* yang didapatkan 3.82, kemudian *median* untuk mengetahui nilai tengah dari sebuah data dari hasil 100 responden yang didapatkan dengan angka 4, untuk nilai *modus* mengetahui nilai yang sering muncul atau jawaban yang sangat banyak dijawab oleh responden dengan nilai *modus* yang didapatkan yaitu 4, sedangkan untuk *standar deviasi* mengetahui jarak sebaran atau lebar data tiap data memiliki rata-rata 0.72, nilai varian kelompok data adalah 0.52 yang menunjukkan bahwa tingkat keragaman data yang sudah dijawab oleh responden memiliki nilai 0.52, nilai *standar error* untuk mengetahui ketepatan sebuah nilai *mean* dengan cara mengetahui range perkiraan *mean* yang diperoleh senilai 0.072.

Pada indikator *Relevance* memiliki hasil *mean* senilai 3.47, *median* senilai 3.5, *modus* senilai 3.5, *standar deviasi* senilai 0.89, *varian* senilai 0.80, dan nilai standar error senilai 0.089. Maksud dari *mean* sendiri adalah untuk mengetahui rerata atau nilai rata-rata dari hasil 100 responden dengan nilai *mean* yang didapatkan 3.47, kemudian *median* untuk mengetahui nilai tengah dari sebuah data dari hasil 100 responden yang didapatkan dengan angka 3.5, untuk nilai *modus* mengetahui nilai yang sering muncul atau jawaban yang sangat banyak dijawab oleh responden dengan nilai *modus* yang didapatkan yaitu 3.5, sedangkan untuk *standar deviasi* mengetahui jarak sebaran atau lebar data tiap data memiliki rata-rata 0.89, nilai varian kelompok data adalah 0.80 yang menunjukkan bahwa tingkat keragaman data yang sudah dijawab oleh responden memiliki nilai 0.80, nilai *standar error* untuk mengetahui ketepatan

sebuah nilai *mean* dengan cara mengetahui range perkiraan *mean* yang diperoleh senilai 0.089.

Pada indikator *Representational* memiliki hasil *mean* senilai 3.46, *median* senilai 3.5, *modus* senilai 3.5, *standar deviasi* senilai 0.71, *varian* senilai 0.53, dan nilai standar error senilai 0.071. Maksud dari *mean* sendiri adalah untuk mengetahui rerata atau nilai rata-rata dari hasil 100 responden dengan nilai *mean* yang didapatkan 3.46, kemudian *median* untuk mengetahui nilai tengah dari sebuah data dari hasil 100 responden yang didapatkan dengan angka 3.5, untuk nilai *modus* mengetahui nilai yang sering muncul atau jawaban yang sangat banyak dijawab oleh responden dengan nilai *modus* yang didapatkan yaitu 3.5, sedangkan untuk *standar deviasi* mengetahui jarak sebaran atau lebar tiap data memiliki rata-rata 0.71, nilai varian kelompok data adalah 0.53 yang menunjukkan bahwa tingkat keragaman data yang sudah dijawab oleh responden memiliki nilai 0.53, nilai *standar error* untuk mengetahui ketepatan sebuah nilai *mean* dengan cara mengetahui range perkiraan *mean* yang diperoleh senilai 0.071.

Pada indikator *Accessibility* memiliki hasil *mean* senilai 3.47, *median* senilai 3.5, *modus* senilai 3.5, *standar deviasi* senilai 0.72, *varian* senilai 0.56, dan nilai standar error senilai 0.072. Maksud dari *mean* sendiri adalah untuk mengetahui rerata atau nilai rata-rata dari hasil 100 responden dengan nilai *mean* yang didapatkan 3.47, kemudian *median* untuk mengetahui nilai tengah dari sebuah data dari hasil 100 responden yang didapatkan dengan angka 3.5, untuk nilai *modus* mengetahui nilai yang sering muncul atau jawaban yang sangat banyak dijawab oleh responden dengan nilai *modus* yang didapatkan yaitu 3.5, sedangkan untuk *standar deviasi* mengetahui jarak sebaran atau lebar tiap data memiliki rata-rata 0.72, nilai varian kelompok data adalah 0.56 yang menunjukkan bahwa tingkat keragaman data yang sudah dijawab oleh responden memiliki nilai 0.56, nilai *standar error* untuk mengetahui ketepatan sebuah nilai *mean* dengan cara mengetahui range perkiraan *mean* yang diperoleh senilai 0.072.

Tabel 4.11 Hasil Indikator *Information Quality* Kinerja (*Performance*)

Indikator	Kode	1	2	3	4	5	Jumlah	Nilai Pertanyaan	
		Nilai	Nilai	Nilai	Nilai	Nilai		Total	%
Accuracy	IQ1	0	7	27	57	9	100	368	12.93%
	IQ2	0	3	18	59	20	100	396	13.91%
Relevance	IQ3	3	32	37	20	8	100	298	10.47%
	IQ4	2	5	7	67	19	100	396	13.91%
Representational	IQ5	2	37	39	18	4	100	285	10.01%
	IQ6	0	1	8	73	18	100	408	14.34%
Accessibility	IQ7	3	34	35	25	3	100	291	10.22%
	IQ8	0	1	10	74	15	100	403	14.16%

Tabel 4.12 Hasil Indikator *Information Quality* Kinerja (*Performance*) lanjutan

Jumlah		10	120	181	393	96	800	2845	100%
Persentase		1.25 %	15 %	22.6 %	49.1 %	12 %	100 %		

Tabel yang disajikan diatas pada tabel 4.11 dan tabel 4.12 dapat menyimpulkan bahwa dari 100 responden, responden atau user banyak memilih pada pernyataan setuju atau nomor 4 dengan jawaban sebanyak 393 kali atau sebesar 49.1% dari total keseluruhan jawaban. Sehingga, dapat dikatakan jika pada variabel *information quality*(*Performance*) berada dalam performa yang sudah baik. Saat dilihat pada masing-masing indikator pernyataan untuk *website* Airyrooms.com pada variabel *information quality*, dapat dilakukan pengurutan dari yang memiliki nilai tertinggi hingga nilai terendah. Indikator akan dilakukan pengurutan dari yang nilai tertinggi, yaitu kode IQ6 dengan nilai 408 dan persentase 14.34%, kode IQ8 dengan nilai 403 dan persentase 14.16%, kode IQ2 dengan nilai 396 dan persentase 13.91%, kode IQ4 dengan nilai 396 dan persentase 13.91%, kode IQ1 dengan nilai 368 dan persentase 12.93%, kode IQ3 dengan nilai 298 dan persentase 10.47%, kode IQ7 dengan nilai 291 dan persentase 10.22%, dan kode IQ5 dengan nilai 285 dan persentase 10.01%.

Tabel 4.13 Kategori *Information Quality* Kinerja (*Performance*)

Indikator	Mean (%)	Mean setelah dihitug dengan standar error	Kategori
Accuracy	76.4 %	69.2% - 83.6%	Tinggi
Relevance	69.4 %	60.3% - 78.3%	Tinggi
Representational	69.3 %	62.2% - 78.4%	Tinggi
Accessibility	69.4 %	62.2% - 77.6%	Tinggi
Rata – rata Total	71.125 %	63.485% - 78.765%	Tinggi

Pada Tabel 4.13 dapat menunjukkan bahwa indikator *Accuracy* mempunyai nilai persentase *mean* sebesar 76.4% serta memiliki persentase *mean* setelah dihitug dengan standar error antara 69.2% sampai 83.6% yang berarti termasuk ke dalam kategori tinggi. Indikator *Relevance* memiliki nilai persentase *mean* sebesar 69.4% serta memiliki persentase *mean* setelah dihitug dengan standar error antara 60.3% sampai 78.3% yang berarti masuk ke dalam kategori tinggi. Indikator *Representational* memiliki nilai persentase *mean* sebesar 69.3% serta memiliki persentase *mean* setelah dihitug dengan standar error antara 62.2% sampai 78.4% yang berarti masuk ke dalam kategori tinggi. Indikator *Accessibility* memiliki nilai persentase *mean* sebesar 69.4% serta memiliki persentase *mean* setelah dihitug dengan standar error antara 62.2% sampai 77.6% yang berarti masuk ke dalam kategori tinggi. Sedangkan rata-rata total memiliki nilai persentase *mean* sebesar 71.125% serta memiliki persentase *mean* setelah

dihitung dengan standar error antara 63.485% sampai 78.765% yang berarti masuk ke dalam kategori tinggi, namun terdapat 3 indikator yang berada di bawah rata-rata yaitu *Relevance*, *Representational*, dan *Accessibility*. Dan terdapat 1 indikator yang berada di atas rata-rata yaitu *Accuracy*.

Tabel 4.14 Statistik Deskriptif *Information Quality* Kepentingan (*Importance*)

Indikator	Kode	Mean		Median		Modus		Standar Deviasi		Varian		Standar Error	
Accuracy	IQ1	4.31	4.37	4	4.5	4	4.5	0.74	0.70	0.55	0.50	0.074	0.070
	IQ2	4.44		5		5		0.67		0.45		0.067	
Relevance	IQ3	4.49	4.26	5	4.5	5	4.5	0.65	0.83	0.43	0.73	0.065	0.083
	IQ4	4.03		4		4		1.01		1.03		1.001	
Representational	IQ5	4.35	4.31	4	4	5	4.5	0.78	0.73	0.61	0.54	0.078	0.073
	IQ6	4.27		4		4		0.69		0.48		0.069	
Accessibility	IQ7	4.25	4.28	4	4	4	4	0.79	0.76	0.63	0.58	0.079	0.076
	IQ8	4.31		4		4		0.73		0.53		0.073	

Tabel di atas atau pada tabel 4.14 menunjukkan hasil penghitungan analisis deskriptif pada variabel *information quality* dengan hasil nilai kepentingan (*Importance*) pada indikator *accuracy* memiliki hasil *mean* senilai 4.37, *median* senilai 4.5, *modus* senilai 4.5, *standar deviasi* senilai 0.70, *varian* senilai 0.50, dan nilai standar error senilai 0.070. Maksud dari *mean* sendiri adalah untuk mengetahui rerata atau nilai rata-rata dari hasil 100 responden dengan nilai *mean* yang didapatkan 4.37, kemudian *median* untuk mengetahui nilai tengah dari sebuah data dari hasil 100 responden yang didapatkan dengan angka 4.5, untuk nilai *modus* mengetahui nilai yang sering muncul atau jawaban yang sangat banyak dijawab oleh responden dengan nilai *modus* yang didapatkan yaitu 4.5, sedangkan untuk *standar deviasi* mengetahui jarak sebaran atau lebar tiap data memiliki rata-rata 0.70, nilai varian kelompok data adalah 0.50 yang menunjukkan bahwa tingkat keragaman data yang sudah dijawab oleh responden memiliki nilai 0.50, nilai *standar error* untuk mengetahui ketepatan sebuah nilai *mean* dengan cara mengetahui range perkiraan *mean* yang diperoleh senilai 0.070.

Pada indikator *Relevance* memiliki hasil *mean* senilai 4.26, *median* senilai 4, *modus* senilai 4.5, *standar deviasi* senilai 0.73, *varian* senilai 0.54, dan nilai standar error senilai 0.073. Maksud dari *mean* sendiri adalah untuk mengetahui rerata atau nilai rata-rata dari hasil 100 responden dengan nilai *mean* yang didapatkan 4.26, kemudian *median* untuk mengetahui nilai tengah dari sebuah data dari hasil 100 responden yang didapatkan dengan angka 4, untuk nilai *modus* mengetahui nilai yang sering muncul atau jawaban yang sangat banyak dijawab oleh responden dengan nilai *modus* yang didapatkan yaitu 4.5,

sedangkan untuk *standar deviasi* mengetahui jarak sebaran atau lebar data tiap data memiliki rata-rata 0.73, nilai varian kelompok data adalah 0.54 yang menunjukkan bahwa tingkat keragaman data yang sudah dijawab oleh responden memiliki nilai 0.54, nilai *standar error* untuk mengetahui ketepatan sebuah nilai *mean* dengan cara mengetahui range perkiraan *mean* yang diperoleh senilai 0.073.

Pada indikator *Representational* memiliki hasil *mean* senilai 4.31, *median* senilai 4, *modus* senilai 4.5, *standar deviasi* senilai 0.70, *varian* senilai 0.54, dan nilai standar error senilai 0.070. Maksud dari *mean* sendiri adalah untuk mengetahui rerata atau nilai rata-rata dari hasil 100 responden dengan nilai *mean* yang didapatkan 4.31, kemudian *median* untuk mengetahui nilai tengah dari sebuah data dari hasil 100 responden yang didapatkan dengan angka 4, untuk nilai *modus* mengetahui nilai yang sering muncul atau jawaban yang sangat banyak dijawab oleh responden dengan nilai *modus* yang didapatkan yaitu 4.5, sedangkan untuk *standar deviasi* mengetahui jarak sebaran atau lebar data tiap data memiliki rata-rata 0.70, nilai varian kelompok data adalah 0.54 yang menunjukkan bahwa tingkat keragaman data yang sudah dijawab oleh responden memiliki nilai 0.54, nilai *standar error* untuk mengetahui ketepatan sebuah nilai *mean* dengan cara mengetahui range perkiraan *mean* yang diperoleh senilai 0.070.

Pada indikator *Accessibility* memiliki hasil *mean* senilai 4.28, *median* senilai 4, *modus* senilai 4, *standar deviasi* senilai 0.76, *varian* senilai 0.58, dan nilai standar error senilai 0.076. Maksud dari *mean* sendiri adalah untuk mengetahui rerata atau nilai rata-rata dari hasil 100 responden dengan nilai *mean* yang didapatkan 4.328, kemudian *median* untuk mengetahui nilai tengah dari sebuah data dari hasil 100 responden yang didapatkan dengan angka 4., untuk nilai *modus* mengetahui nilai yang sering muncul atau jawaban yang sangat banyak dijawab oleh responden dengan nilai *modus* yang didapatkan yaitu 4, sedangkan untuk *standar deviasi* mengetahui jarak sebaran atau lebar data tiap data memiliki rata-rata 0.76, nilai varian kelompok data adalah 0.58 yang menunjukkan bahwa tingkat keragaman data yang sudah dijawab oleh responden memiliki nilai 0.58, nilai *standar error* untuk mengetahui ketepatan sebuah nilai *mean* dengan cara mengetahui range perkiraan *mean* yang diperoleh senilai 0.076.

Tabel 4.15 Hasil Indikator *Information Quality* Kepentingan (*Importance*)

Indikator	Kode	1 (STS)	2 (TS)	3 (KS)	4 (S)	5 (SS)	Jumlah	Skor Pertanyaan	
		Skor	Skor	Skor	Skor	Skor		Total	%
Accuracy	IQ1	2	0	5	51	42	100	431	12.51 %
	IQ2	0	2	4	42	52	100	444	12.88 %
Relevance	IQ3	0	1	6	36	57	100	449	13.03 %
	IQ4	3	7	11	42	37	100	403	11.69 %
Representational	IQ5	1	2	7	41	49	100	435	12.62 %

Tabel 4.16 Hasil Indikator *Information Quality* Kepentingan (*Importance*)
lanjutan

	IQ6	1	0	8	53	38	100	427	12.39 %
Accessibility	IQ7	2	2	4	53	39	100	425	12.33 %
	IQ8	1	1	7	48	43	100	431	12.51 %
Jumlah		10	15	52	366	357	800	3445	100%
Persentase		1.25 %	1.87 %	6.5 %	45.7 %	44.6 %	100 %		

Tabel yang disajikan diatas pada tabel 4.15 dan tabel 4.16 dapat menyimpulkan bahwa dari 100 responden, responden atau user banyak memilih pada pernyataan setuju atau nomor 4 dengan jawaban sebanyak 366 kali atau sebesar 54.7% dari total keseluruhan jawaban. Sehingga dapat dikatakan jika pada variabel *information quality (importance)* berada dalam performa yang sudah baik. Saat dilihat pada masing-masing indikator pernyataan untuk *website Airyrooms.com* pada variabel *information quality*, dapat dilakukan pengurutan dari yang memiliki nilai tertinggi hingga nilai terendah. Indikator akan dilakukan pengurutan dari nilai yang tertinggi, yaitu kode IQ3 dengan nilai 449 dan persentase 13.03%, kode IQ2 dengan nilai 444 dan persentase 12.88%, kode IQ5 dengan nilai 435 dan persentase 12.62%, kode IQ1 dengan nilai 431 dan persentase 12.51%, kode IQ8 dengan nilai 431 dan persentase 12.51%, kode IQ6 dengan nilai 427 dan persentase 12.39%, kode IQ7 dengan nilai 425 dan persentase 12.51%, dan kode IQ4 dengan nilai 403 dan persentase 11.69%.

Tabel 4.17 Kategori *Information Quality* Kepentingan (*Importance*)

Indikator	Mean (%)	Mean setelah dihitung dengan standar error	Kategori
Accuracy	87.5 %	80.4% - 94.6%	Sangat Tinggi
Relevance	85.2 %	76.9% - 93.5%	Sangat Tinggi
Representational	86.2 %	78.9% - 93.5%	Sangat Tinggi
Acessibility	85.6 %	78% - 93.2%	Sangat Tinggi
Rata – rata Total	86.125 %	78.495% - 93.755%	Sangat Tinggi

Pada Tabel 4.17 dapat menunjukkan bahwa indikator *Accuracy* mempunyai nilai persentase *mean* sebesar 87.5% serta memiliki nilai *mean* setelah dihitung dengan standar error antara 80.4% sampai 94.6% yang berarti termasuk ke dalam kategori sangat tinggi. Indikator *Relevance* memiliki nilai persentase *mean* sebesar 85.2% serta memiliki nilai *mean* setelah dihitung dengan standar error antara 76.9% sampai 93.5% yang berarti masuk ke dalam kategori sangat tinggi. Indikator *Representational* memiliki nilai persentase *mean* sebesar 86.2% serta memiliki nilai *mean* setelah dihitung dengan standar error antara 78.9% sampai 93.5% yang berarti masuk ke dalam kategori sangat tinggi. Indikator *Accessibility*

memiliki nilai persentase *mean* sebesar 85.6% serta memiliki nilai *mean* setelah dihitung dengan standar error antara 78% sampai 93.2% yang berarti masuk ke dalam kategori sangat tinggi. Sedangkan rata-rata total memiliki nilai persentase *mean* sebesar 86.125% serta memiliki nilai *mean* setelah dihitung dengan standar error antara 78.495% sampai 93.755% yang berarti masuk ke dalam kategori sangat tinggi, namun terdapat 1 indikator yang berada di bawah rata rata yaitu *Accessibility*. Dan terdapat 3 indikator yang berada di atas rata-rata yaitu *Accuracy*, *Relevance* dan *Representational*.

4.4 Service Interaction Quality

Tabel 4.18 Statistik Deskriptif Service Interaction Quality Kinerja (Performance)

Indikator	Kode	Mean		Median		Modus		Standar Deviasi		Varian		Standar Error	
Trust	SIQ1	3.66	3.29	4	3.5	4	3.5	0.83	0.88	0.69	0.78	0.083	0.088
	SIQ2	2.93		3		3		0.93		0.87		0.093	
Empathy	SIQ3	3.7	3.11	4	3	4	3	0.65	0.83	0.43	0.72	0.065	0.083
	SIQ4	2.52		2		2		1.00		1.01		1.000	
Responsiveness	SIQ5	3.95	3.37	4	3.5	4	3.5	0.62	0.77	0.39	0.62	0.062	0.077
	SIQ6	2.79		3		3		0.92		0.85		0.092	

Tabel di atas atau pada tabel 4.18 menunjukkan hasil penghitungan analisis deskriptif pada variabel *service interaction quality* dengan hasil nilai kinerja (*Performance*) pada indikator *accuracy* memiliki hasil *mean* senilai 3.29, *median* senilai 3.5, *modus* senilai 3.5, *standar deviasi* senilai 0.88, *varian* senilai 0.78, dan nilai standar error senilai 0.088. Maksud dari *mean* sendiri adalah untuk mengetahui rerata atau nilai rata-rata dari hasil 100 responden dengan nilai *mean* yang didapatkan 3.29, kemudian *median* untuk mengetahui nilai tengah dari sebuah data dari hasil 100 responden yang didapatkan dengan angka 3.5, untuk nilai *modus* mengetahui nilai yang sering muncul atau jawaban yang sangat banyak dijawab oleh responden dengan nilai *modus* yang didapatkan yaitu 3.5, sedangkan untuk *standar deviasi* mengetahui jarak sebaran atau lebar data memiliki rata-rata 0.88, nilai varian kelompok data adalah 0.78 yang menunjukkan bahwa tingkat keragaman data yang sudah dijawab oleh responden memiliki nilai 0.78, nilai *standar error* untuk mengetahui ketepatan sebuah nilai *mean* dengan cara mengetahui range perkiraan *mean* yang diperoleh senilai 0.088.

Pada indikator *Empathy* memiliki hasil *mean* senilai 3.11, *median* senilai 3, *modus* senilai 3, *standar deviasi* senilai 0.83, *varian* senilai 0.72, dan nilai standar error senilai 0.083. Maksud dari *mean* sendiri adalah untuk mengetahui rerata atau nilai rata-rata dari hasil 100 responden dengan nilai *mean* yang didapatkan 3.11, kemudian *median* untuk mengetahui nilai tengah dari sebuah data dari

hasil 100 responden yang didapatkan dengan angka 3, untuk nilai *modus* mengetahui nilai yang sering muncul atau jawaban yang sangat banyak dijawab oleh responden dengan nilai *modus* yang didapatkan yaitu 3, sedangkan untuk *standar deviasi* mengetahui jarak sebaran atau lebar tiap data memiliki rata-rata 0.83, nilai varian kelompok data adalah 0.72 yang menunjukkan bahwa tingkat keragaman data yang sudah dijawab oleh responden memiliki nilai 0.72, nilai *standar error* untuk mengetahui ketepatan sebuah nilai *mean* dengan cara mengetahui range perkiraan *mean* yang diperoleh senilai 0.083.

Pada indikator *Responsiveness* memiliki hasil *mean* senilai 3.37, *median* senilai 3.5, *modus* senilai 3.5, *standar deviasi* senilai 0.77, *varian* senilai 0.62, dan nilai standar error senilai 0.077. Maksud dari *mean* sendiri adalah untuk mengetahui rerata atau nilai rata-rata dari hasil 100 responden dengan nilai *mean* yang didapatkan 3.37, kemudian *median* untuk mengetahui nilai tengah dari sebuah data dari hasil 100 responden yang didapatkan dengan angka 3.5, untuk nilai *modus* mengetahui nilai yang sering muncul atau jawaban yang sangat banyak dijawab oleh responden dengan nilai *modus* yang didapatkan yaitu 3.5, sedangkan untuk *standar deviasi* mengetahui jarak sebaran atau lebar tiap data memiliki rata-rata 0.77, nilai varian kelompok data adalah 0.62 yang menunjukkan bahwa tingkat keragaman data yang sudah dijawab oleh responden memiliki nilai 0.62, nilai *standar error* untuk mengetahui ketepatan sebuah nilai *mean* dengan cara mengetahui range perkiraan *mean* yang diperoleh senilai 0.077.

Tabel 4.19 Hasil Indikator *Service Interaction Quality* Kinerja (*Performance*)

Indikator	Kode	1	2	3	4	5	Jumlah	Nilai Pertanyaan	
		Nilai	Nilai	Nilai	Nilai	Nilai		Total	%
Trust	IQ1	3	8	15	68	6	100	366	18.72 %
	IQ2	5	27	43	20	5	100	293	14.98 %
Empathy	IQ3	0	4	29	60	7	100	370	18.92 %
	IQ4	13	44	24	16	3	100	252	12.89 %
Responsiveness	IQ5	1	1	13	72	13	100	395	20.20 %
	IQ6	6	33	41	16	4	100	279	14.27 %
Jumlah		28	117	165	252	38	600	1962	100%
Persentase		4.67 %	19.5 %	27.5 %	42 %	6.33 %	100 %		

Tabel yang disajikan diatas pada tabel 4.19 dapat menyimpulkan bahwa dari 100 responden, responden atau user banyak memilih pada pernyataan setuju atau nomor 4 dengan jawaban sebanyak 252 kali atau sebesar 42% dari total keseluruhan jawwaban. Sehingga dapat dikatakan jika pada variabel *service interaction quality (Performance)* berada dalam performa yang sudah baik. Saat

dilihat pada masing-masing indikator pernyataan untuk *website* Airyrooms.com pada variabel *service interaction quality*, dapat dilakukan pengurutan dari yang memiliki nilai tertinggi hingga nilai terendah. Indikator akan dilakukan pengurutan dari yang nilai tertinggi, yaitu kode SIQ5 dengan nilai 395 dan persentase 20.20%, kode SIQ3 dengan nilai 370 dan persentase 18.92%, kode SIQ1 dengan nilai 366 dan persentase 18.72%, kode SIQ2 dengan nilai 293 dan persentase 14.98%, kode SIQ6 dengan nilai 279 dan persentase 14.27%, kode SIQ4 dengan nilai 252 dan persentase 12.89%.

Tabel 4.20 Kategori Service Interaction Quality Kinerja (Performance)

Indikator	Mean (%)	Mean setelah dihitung dengan standar error	Kategori
Trust	65.9 %	57.1% - 74.7%	Cukup Tinggi
Empathy	62.2 %	53.9% - 70.5%	Cukup Tinggi
Responsiveness	67.4 %	59.7% - 75.1%	Tinggi
Rata – rata Total	65.17 %	56.86% - 73.48%	Cukup Tinggi

Pada Tabel 4.20 dapat menunjukkan bahwa indikator *Trust* mempunyai nilai persentase *mean* sebesar 65.9% serta memiliki nilai *mean* setelah dihitung dengan standar error antara 57.1% sampai 74.7% yang berarti termasuk ke dalam kategori cukup tinggi. Indikator *Empathy* memiliki nilai persentase *mean* sebesar 62.2% serta memiliki nilai *mean* setelah dihitung dengan standar error antara 53.9% sampai 70.5% yang berarti masuk ke dalam kategori cukup tinggi. Indikator *Responsiveness* memiliki nilai persentase *mean* sebesar 67.4% serta memiliki nilai *mean* setelah dihitung dengan standar error antara 59.7% sampai 75.1% yang berarti masuk ke dalam kategori tinggi. Sedangkan rata-rata total memiliki nilai persentase *mean* sebesar 65.17% serta memiliki nilai *mean* setelah dihitung dengan standar error antara 59.86% sampai 73.48% yang berarti masuk ke dalam kategori cukup tinggi, namun terdapat 1 indikator yang berada di bawah rata rata yaitu *Empathy*. Dan terdapat 2 indikator yang berada di atas rata-rata yaitu *Trust* dan *Responsiveness*.

Tabel 4.21 Statistik Deskriptif Service Interaction Quality Kepentingan (Importance)

Indikator	Kode	Mean		Median		Modus		Standar Deviasi		Varian		Standar Error	
Trust	SIQ1	3.69	4.0	4	4.5	4	4.5	0.98	0.85	0.96	0.74	0.098	0.085
	SIQ2	4.4	4	5	4.5	5	4.5	0.72	0.85	0.52	0.74	0.072	0.085
Empathy	SIQ3	3.99	4.1	4	4	4	4.5	0.85	0.79	0.73	0.63	0.085	0.079

Tabel 4.22 Statistik Deskriptif *Service Interaction Quality* Kepentingan (*Importance*) lanjutan

	SIQ4	4.38	8	4		5		0.73		0.54		0.073	
Responsiveness	SIQ5	4.41	4.4	4	4.5	4	4.5	0.65	0.67	0.42	0.45	0.065	0.067
	SIQ6	4.49	5	5		5		0.68		0.47		0.068	

Tabel di atas atau pada tabel 4.21 dan tabel 4.22 menunjukkan hasil penghitungan analisis deskriptif pada variabel *service interaction quality* dengan hasil nilai kepentingan (*Importance*) pada indikator *accuracy* memiliki hasil *mean* senilai 4.04, *median* senilai 4.5, *modus* senilai 4.5, *standar deviasi* senilai 0.85, *varian* senilai 0.74, dan nilai standar error senilai 0.085. Maksud dari *mean* sendiri adalah untuk mengetahui rerata atau nilai rata-rata dari hasil 100 responden dengan nilai *mean* yang didapatkan 4.04, kemudian *median* untuk mengetahui nilai tengah dari sebuah data dari hasil 100 responden yang didapatkan dengan angka 4.5, untuk nilai *modus* mengetahui nilai yang sering muncul atau jawaban yang sangat banyak dijawab oleh responden dengan nilai *modus* yang didapatkan yaitu 4.5, sedangkan untuk *standar deviasi* mengetahui jarak sebaran atau lebar data memiliki rata-rata 0.85, nilai varian kelompok data adalah 0.74 yang menunjukkan bahwa tingkat keragaman data yang sudah dijawab oleh responden memiliki nilai 0.74, nilai *standar error* untuk mengetahui ketepatan sebuah nilai *mean* dengan cara mengetahui range perkiraan *mean* yang diperoleh senilai 0.085.

Pada indikator *Empathy* memiliki hasil *mean* senilai 4.18, *median* senilai 4, *modus* senilai 4.5, *standar deviasi* senilai 0.79, *varian* senilai 0.63, dan nilai standar error senilai 0.079. Maksud dari *mean* sendiri adalah untuk mengetahui rerata atau nilai rata-rata dari hasil 100 responden dengan nilai *mean* yang didapatkan 4.18, kemudian *median* untuk mengetahui nilai tengah dari sebuah data dari hasil 100 responden yang didapatkan dengan angka 4, untuk nilai *modus* mengetahui nilai yang sering muncul atau jawaban yang sangat banyak dijawab oleh responden dengan nilai *modus* yang didapatkan yaitu 4.5, sedangkan untuk *standar deviasi* mengetahui jarak sebaran atau lebar data memiliki rata-rata 0.79, nilai varian kelompok data adalah 0.63 yang menunjukkan bahwa tingkat keragaman data yang sudah dijawab oleh responden memiliki nilai 0.63, nilai *standar error* untuk mengetahui ketepatan sebuah nilai *mean* dengan cara mengetahui range perkiraan *mean* yang diperoleh senilai 0.079.

Pada indikator *Responsiveness* memiliki hasil *mean* senilai 4.45, *median* senilai 4.5, *modus* senilai 4.5, *standar deviasi* senilai 0.67, *varian* senilai 0.45, dan nilai standar error senilai 0.067. Maksud dari *mean* sendiri adalah untuk mengetahui rerata atau nilai rata-rata dari hasil 100 responden dengan nilai *mean* yang didapatkan 4.45, kemudian *median* untuk mengetahui nilai tengah dari sebuah data dari hasil 100 responden yang didapatkan dengan angka 4.5, untuk nilai *modus* mengetahui nilai yang sering muncul atau jawaban yang sangat banyak dijawab oleh responden dengan nilai *modus* yang didapatkan yaitu 4.5, sedangkan untuk *standar deviasi* mengetahui jarak sebaran atau

lebaran tiap data memiliki rata-rata 0.67, nilai varian kelompok data adalah 0.45 yang menunjukkan bahwa tingkat keragaman data yang sudah dijawab oleh responden memiliki nilai 0.45, nilai *standar error* untuk mengetahui ketepatan sebuah nilai *mean* dengan cara mengetahui range perkiraan *mean* yang diperoleh senilai 0.067.

Tabel 4.23 Hasil Indikator *Service Interaction Quality* Kepentingan (*Importance*)

Indikator	Kode	1	2	3	4	5	Jumlah	Nilai Pertanyaan	
		Nilai	Nilai	Nilai	Nilai	Nilai		Total	%
Trust	IQ1	5	7	17	56	15	100	369	14.55 %
	IQ2	1	1	5	43	50	100	440	17.35 %
Empathy	IQ3	1	6	13	53	27	100	399	15.73 %
	IQ4	1	1	6	43	49	100	438	17.27 %
Responsiveness	IQ5	1	0	3	49	47	100	441	17.38 %
	IQ6	1	1	2	40	56	100	449	17.70 %
Jumlah		10	16	46	284	244	600	2536	100%
Persentase		1.67 %	2.67 %	7.67 %	47.3 %	40.6 %	100 %		

Tabel yang disajikan diatas pada tabel 4.23 dapat menyimpulkan bahwa dari 100 responden atau user banyak memilih pada pernyataan setuju atau nomor 4 dengan jawaban sebanyak 284 kali atau sebesar 47.3% dari total keseluruhan jawaban. Sehingga dapat dikatakan jika pada variabel *service interaction quality (Importance)* berada dalam performa yang sudah baik. Saat dilihat pada masing-masing indikator pernyataan untuk *website* Airyrooms.com pada variabel *service interaction quality*, dapat dilakukan pengurutan dari yang memiliki nilai tertinggi hingga nilai terendah. Indikator akan dilakukan pengurutan dari yang nilai tertinggi, yaitu kode SIQ6 dengan nilai 449 dan persentase 17,70%, kode SIQ5 dengan nilai 441 dan persentase 17.38%, kode IQ2 dengan nilai 440 dan persentase 17.35%, kode SIQ4 dengan nilai 438 dan persentase 17.27%, kode SIQ3 dengan nilai 399 dan persentase 15.73%, kode SIQ1 dengan nilai 369 dan persentase 14.55%.

Tabel 4.24 Kategori *Service Interaction Quality* Kepentingan (*Importance*)

Indikator	Mean (%)	Mean setelah dihitung dengan standar error	Kategori
Trust	80.9 %	72.4% - 89.4%	Tinggi
Empathy	83.7 %	75.8% - 91.6%	Sangat Tinggi
Responsiveness	89 %	82.3% - 95.7%	Sangat Tinggi
Rata – rata Total	84.53 %	76.79% - 92.27%	Sangat Tinggi

Pada Tabel 4.24 dapat menunjukkan bahwa indikator *Trust* mempunyai nilai persentase *mean* sebesar 80.9% serta memiliki nilai *mean* setelah dihitung dengan standar error antara 72.4% sampai 89.4% yang berarti termasuk ke dalam kategori tinggi. Indikator *Empathy* memiliki nilai persentase *mean* sebesar 83.7% serta memiliki nilai *mean* setelah dihitung dengan standar error antara 75.8% sampai 91.6% yang berarti masuk ke dalam kategori sangat tinggi. Indikator *Responsiveness* memiliki nilai persentase *mean* sebesar 89% serta memiliki nilai *mean* setelah dihitung dengan standar error antara 82.3% sampai 95.7% yang berarti masuk ke dalam kategori sangat tinggi. Sedangkan rata-rata total memiliki nilai persentase *mean* sebesar 84.53% serta memiliki nilai *mean* setelah dihitung dengan standar error antara 76.79% sampai 92.27% yang berarti masuk ke dalam kategori sangat tinggi, namun terdapat 2 indikator yang berada di bawah rata rata yaitu *Trust* dan *Empathy*. Dan terdapat 1 indikator yang berada di atas rata-rata yaitu *Responsiveness*.

4.5 Analisis Importance Performance Analysis (IPA)

4.5.1 Penghitungan Tingkat Penilaian Kinerja/Persepsi (*Performance*)

Tabel 4.25 Nilai Kinerja (*Performance*) Usability

Indikator	Kode	Skala					Skor					Total Skor	Rata - rata	Rata – rata per indikator
		ST	TS	N	S	SS	ST	TS	N	S	SS			
Appearance	US1	0	8	14	68	10	0	16	42	272	50	380	3.80	3.44
	US2	0	33	29	35	3	0	66	87	140	15	308	3.08	
Ease of use and navigation	US3	1	2	17	66	14	1	4	51	264	70	390	3.90	3.465
	US4	5	28	31	31	5	5	56	93	124	25	303	3.03	
The image conveyed to the user	US5	0	7	17	63	13	0	14	51	252	65	382	3.82	3.495
	US6	5	19	38	30	8	5	38	114	120	40	317	3.17	
Learnability	US7	1	5	9	66	19	1	10	27	264	95	397	3.97	3.675
	US8	1	20	28	42	9	1	40	84	168	45	338	3.38	
Efficiency	US9	3	3	11	62	21	3	6	33	248	105	395	3.95	3.59
	US10	2	31	23	30	14	2	62	69	120	70	323	3.23	
Errors	US11	2	6	23	52	17	2	12	69	208	85	376	3.76	3.825
	US12	2	4	12	67	15	2	8	36	268	75	389	3.89	

Tabel 4.26 Nilai Kinerja (*Performance*) Usability lanjutan

Satisfaction	US13	0	3	23	60	14	0	6	69	240	70	385	3.85	3.445
	US14	5	27	33	29	6	5	54	99	116	30	304	3.04	
Rata-rata														3.56124

Pada Tabel 4.25 dan Tabel 4.26 menunjukkan pengolahan hasil penghitungan nilai kinerja (*performance*). Penghitungan ini akan didasarkan pada jawaban dari responden dimana masing-masing akan diberikan pembobotan pada tiap skala dengan aturan pembobotan adalah responden yang memilih STS akan diberikan nilai 1, responden yang memilih TS akan diberikan nilai 2, responden yang memilih N akan diberikan nilai 3, responden yang memilih S akan diberikan nilai 4, dan untuk responden yang memilih SS akan diberikan nilai 5. Kegunaan dari total skor masing-masing akan digunakan saat melakukan analisis kesesuaian sebagai nilai kinerja (*performance*) dan untuk rata-rata dari masing-masing pernyataan akan digunakan saat melakukan analisis kesenjangan atau GAP sebagai nilai kinerja (*performance*).

Pada indikator *appearance* rata-rata yang didapatkan sebesar 3.44. Indikator ini mempunyai dua pernyataan yaitu pada kode US1 dan juga US2. Masing-masing kode memiliki total skor yang berbeda, total skor dan rata-rata untuk kode US1 didapatkan hasil senilai 380 dan 3.80, kode US2 didapatkan hasil senilai 308 dan 3.08. Seperti yang dijelaskan diatas masing-masing nilai total skor dan rata-rata akan digunakan pada analisis selanjutnya yaitu analisis kesesuaian dan juga analisis kesenjangan atau GAP.

Pada indikator *ease of use and navigation* rata-rata yang didapatkan sebesar 3.465. Indikator ini mempunyai dua pernyataan yaitu pada kode US3 dan juga US4. Masing-masing kode memiliki total skor yang berbeda, total skor dan rata-rata untuk kode US3 didapatkan hasil senilai 390 dan 3.90, kode US4 didapatkan hasil senilai 303 dan 3.03. Seperti yang dijelaskan diatas masing-masing nilai total skor dan rata-rata akan digunakan pada analisis selanjutnya yaitu analisis kesesuaian dan juga analisis kesenjangan atau GAP.

Pada indikator *the imaged conveyed to the user* rata-rata yang didapatkan sebesar 3.495. Indikator ini mempunyai dua pernyataan yaitu pada kode US5 dan juga US6. Masing-masing kode memiliki total skor yang berbeda, total skor dan rata-rata untuk kode US5 didapatkan hasil senilai 382 dan 3.82, kode US6 didapatkan hasil senilai 317 dan 3.17. Seperti yang dijelaskan diatas masing-masing nilai total skor dan rata-rata akan digunakan pada analisis selanjutnya yaitu analisis kesesuaian dan juga analisis kesenjangan atau GAP.

Pada indikator *learnability* rata-rata yang didapatkan sebesar 3.675. Indikator ini mempunyai dua pernyataan yaitu pada kode US7 dan juga US8. Masing-masing kode memiliki total skor yang berbeda, total skor dan rata-rata untuk kode US7 didapatkan hasil senilai 397 dan 3.97, kode US8 didapatkan hasil senilai 338 dan 3.38. Seperti yang dijelaskan diatas masing-masing nilai total skor

dan rata-rata akan digunakan pada analisis selanjutnya yaitu analisis kesesuaian dan juga analisis kesenjangan atau GAP

Pada indikator *efficiency* rata-rata yang didapatkan sebesar 3.59. Indikator ini mempunyai dua pernyataan yaitu pada kode US9 dan juga US10. Masing-masing kode memiliki total skor yang berbeda, total skor dan rata-rata untuk kode US9 didapatkan hasil senilai 395 dan 3.95, kode US10 didapatkan hasil senilai 323 dan 3.23. Seperti yang dijelaskan diatas masing-masing nilai total skor dan rata-rata akan digunakan pada analisis selanjutnya yaitu analisis kesesuaian dan juga analisis kesenjangan atau GAP.

Pada indikator *errors* rata-rata yang didapatkan sebesar 3.82. Indikator ini mempunyai dua pernyataan yaitu pada kode US11 dan juga US12. Masing-masing kode memiliki total skor yang berbeda, total skor dan rata-rata untuk kode US11 didapatkan hasil senilai 376 dan 3.76, kode US12 didapatkan hasil senilai 389 dan 3.89. Seperti yang dijelaskan diatas masing-masing nilai total skor dan rata-rata akan digunakan pada analisis selanjutnya yaitu analisis kesesuaian dan juga analisis kesenjangan atau GAP.

Pada indikator *satisfaction* rata-rata yang didapatkan sebesar 3.445. Indikator ini mempunyai dua pernyataan yaitu pada kode US13 dan juga US14. Masing-masing kode memiliki total skor yang berbeda, total skor dan rata-rata untuk kode US13 didapatkan hasil senilai 385 dan 3.85, kode US14 didapatkan hasil senilai 304 dan 3.04. Seperti yang dijelaskan diatas masing-masing nilai total skor dan rata-rata akan digunakan pada analisis selanjutnya yaitu analisis kesesuaian dan juga analisis kesenjangan atau GAP.

Secara keseluruhan penghitungan ini akan dijadikan sebagai nilai perpotongan untuk sumbu X pada saat dilakukan analisis IPA di terakhir analisis tugas akhir ini. Didapatkan hasil untuk rata-rata dari nilai kinerja (*performance*) untuk *usability* sebesar 3.56124. Nantinya hasil dari penghitungan ini akan dilakukan ke dalam IPA.

Tabel 4.27 Nilai Kinerja (*Performance*) *Information Quality*

Indikator	Kode	Skala					Skor					Total Skor	Rata-rata	Rata – rata per indikator
		ST	TS	N	S	SS	ST	TS	N	S	SS			
Accuracy	IQ1	0	7	27	57	9	0	14	81	228	45	368	3.68	3.82
	IQ2	0	3	18	59	20	0	6	54	236	100	396	3.96	
Relevance	IQ3	3	32	37	20	8	3	64	111	80	40	298	2.98	3.47
	IQ4	2	5	7	67	19	2	10	21	268	95	396	3.96	
Representational	IQ5	2	37	39	18	4	2	74	117	72	20	285	2.85	3.465
	IQ6	0	1	8	73	18	0	2	24	292	90	408	4.08	
Access	IQ7	3	34	35	25	3	3	68	105	100	15	291	2.91	3.47

Tabel 4.28 Nilai Kinerja (*Performance*) *Information Quality* lanjutan

ibility	IQ8	0	1	10	74	15	0	2	30	296	75	403	4.03	
Rata-rata														3.5562

Pada Tabel 4.27 dan Tabel 4.28 menunjukkan pengolahan hasil penghitungan nilai kinerja (*performance*). Penghitungan ini akan didasarkan pada jawaban dari responden dimana masing-masing akan diberikan pembobotan pada tiap skala dengan aturan pembobotan adalah responden yang memilih STS akan diberikan, responden yang memilih TS akan diberikan nilai 2, responden yang memilih N akan diberikan nilai 3, responden yang memilih S akan diberikan nilai 4, dan untuk responden yang memilih SS akan diberikan nilai 5. Kegunaan dari total skor masing-masing akan digunakan saat melakukan analisis kesesuaian sebagai nilai kinerja (*performance*) dan untuk rata-rata dari masing-masing pernyataan akan digunakan saat melakukan analisis kesenjangan atau GAP sebagai nilai kinerja (*performance*).

Pada indikator *accuracy* rata-rata yang didapatkan sebesar 3.82. Indikator ini mempunyai dua pernyataan yaitu pada kode IQ1 dan juga IQ2. Masing-masing kode memiliki total skor yang berbeda, total skor dan rata-rata untuk kode IQ1 didapatkan hasil senilai 368 dan 3.68, kode IQ2 didapatkan hasil senilai 396 dan 3.96. Seperti yang dijelaskan diatas masing-masing nilai total skor dan rata-rata akan digunakan pada analisis selanjutnya yaitu analisis kesesuaian dan juga analisis kesenjangan atau GAP.

Pada indikator *relevance* rata-rata yang didapatkan sebesar 3.47. Indikator ini mempunyai dua pernyataan yaitu pada kode IQ3 dan juga IQ4. Masing-masing kode memiliki total skor yang berbeda, total skor dan rata-rata untuk kode IQ3 didapatkan hasil senilai 298 dan 2.98, kode IQ4 didapatkan hasil senilai 396 dan 3.96. Seperti yang dijelaskan diatas masing-masing nilai total skor dan rata-rata akan digunakan pada analisis selanjutnya yaitu analisis kesesuaian dan juga analisis kesenjangan atau GAP.

Pada indikator *representational* rata-rata yang didapatkan sebesar 3.465. Indikator ini mempunyai dua pernyataan yaitu pada kode IQ5 dan juga IQ6. Masing-masing kode memiliki total skor yang berbeda, total skor dan rata-rata untuk kode IQ5 didapatkan hasil senilai 285 dan 2.85, kode IQ6 didapatkan hasil senilai 408 dan 4.08. Seperti yang dijelaskan diatas masing-masing nilai total skor dan rata-rata akan digunakan pada analisis selanjutnya yaitu analisis kesesuaian dan juga analisis kesenjangan atau GAP.

Pada indikator *accessibility* rata-rata yang didapatkan sebesar 3.47. Indikator ini mempunyai dua pernyataan yaitu pada kode IQ7 dan juga IQ8. Masing-masing kode memiliki total skor yang berbeda, total skor dan rata-rata untuk kode IQ7 didapatkan hasil senilai 291 dan 2.91, kode IQ8 didapatkan hasil senilai 403 dan 4.03. Seperti yang dijelaskan diatas masing-masing nilai total skor dan rata-rata akan digunakan pada analisis selanjutnya yaitu analisis kesesuaian dan juga analisis kesenjangan atau GAP.

Secara keseluruhan penghitungan ini akan dijadikan sebagai nilai perpotongan untuk sumbu X pada saat dilakukan analisis IPA di terakhir analisis tugas akhir ini. Didapatkan hasil untuk rata-rata dari nilai kinerja (*performance*) untuk *information quality* sebesar 3.5562.

Tabel 4.29 Nilai Kinerja (*Performance*) *Service Interaction Quality*

Indikator	Kode	Skala					Skor					Total Skor	Rata - rata	Rata – rata per indikator
		ST	TS	N	S	SS	ST	TS	N	S	SS			
Trust	SIQ1	3	8	15	68	6	3	16	45	272	30	366	3.66	3.295
	SIQ2	5	27	43	20	5	5	54	129	80	25	293	2.93	
Empathy	SIQ3	0	4	29	60	7	0	8	87	240	35	370	3.70	3.11
	SIQ4	13	44	24	16	3	13	8	72	64	15	252	2.52	
Responsiveness	SIQ5	1	1	13	72	13	1	2	39	288	65	395	3.95	3.37
	SIQ6	6	33	41	16	4	6	66	123	64	20	279	2.79	
Rata-rata														3.258

Pada Tabel 4.29 menunjukkan pengolahan hasil penghitungan nilai kinerja (*performance*). Penghitungan ini akan didasarkan pada jawaban dari responden dimana masing-masing akan diberikan pembobotan pada tiap skala dengan aturan pembobotan adalah responden yang memilih STS akan diberikan nilai 1, responden yang memilih TS akan diberikan nilai 2, responden yang memilih N akan diberikan nilai 3, responden yang memilih S akan diberikan nilai 4, dan untuk responden yang memilih SS akan diberikan nilai 5. Kegunaan dari total skor masing-masing akan digunakan saat melakukan analisis kesesuaian sebagai nilai kinerja (*performance*) dan untuk rata-rata dari masing-masing pernyataan akan digunakan saat melakukan analisis kesenjangan atau GAP sebagai nilai kinerja (*performance*).

Pada indikator *trust* rata-rata yang didapatkan sebesar 3.295. Indikator ini mempunyai dua pernyataan yaitu pada kode SIQ1 dan juga SIQ2. Masing-masing kode memiliki total skor yang berbeda, total skor dan rata-rata untuk kode SIQ1 didapatkan hasil senilai 366 dan 3.66, kode SIQ2 didapatkan hasil senilai 293 dan 2.93. Seperti yang dijelaskan diatas masing-masing nilai total skor dan rata-rata akan digunakan pada analisis selanjutnya yaitu analisis kesesuaian dan juga analisis kesenjangan atau GAP.

Pada indikator *empathy* rata-rata yang didapatkan sebesar 3.11. Indikator ini mempunyai dua pernyataan yaitu pada kode SIQ3 dan juga SIQ4. Masing-masing kode memiliki total skor yang berbeda, total skor dan rata-rata untuk kode SIQ3 didapatkan hasil senilai 370 dan 3.70, kode SIQ4 didapatkan hasil senilai 252 dan 2.52. Seperti yang dijelaskan diatas masing-masing nilai total skor dan rata-rata

akan digunakan pada analisis selanjutnya yaitu analisis kesesuaian dan juga analisis kesenjangan atau GAP.

Pada indikator *responsiveness* rata-rata yang didapatkan sebesar 3.37. Indikator ini mempunyai dua pernyataan yaitu pada kode SIQ5 dan juga SIQ6. Masing-masing kode memiliki total skor yang berbeda, total skor dan rata-rata untuk kode SIQ5 didapatkan hasil senilai 395 dan 3.95, kode SIQ6 didapatkan hasil senilai 279 dan 2.79. Seperti yang dijelaskan diatas masing-masing nilai total skor dan rata-rata akan digunakan pada analisis selanjutnya yaitu analisis kesesuaian dan juga analisis kesenjangan atau GAP.

Secara keseluruhan penghitungan ini akan dijadikan sebagai nilai perpotongan untuk sumbu X pada saat dilakukan analisis IPA di terakhir analisis tugas akhir ini. Didapatkan hasil untuk rata-rata dari nilai kinerja (*performance*) untuk *service interaction quality* sebesar 3.258.

4.5.2 Penghitungan Tingkat Penilaian Kepentingan (*Importance*)

Tabel 4.30 Nilai Kepentingan (*Importance*) Usability

Indikator	Kode	Skala					Skor					Total Skor	Rata - rata	Rata – rata per indikator
		ST	TS	N	S	SS	ST	TS	N	S	SS			
Appearance	US1	3	1	5	40	51	3	2	15	160	255	435	4.35	3.95
	US2	5	13	19	48	15	5	26	57	192	75	355	3.55	
Ease of use and navigation	US3	2	3	4	47	44	2	6	12	188	220	428	4.28	4.34
	US4	0	0	8	44	48	0	0	24	176	240	440	4.40	
The image conveyed to the user	US5	2	5	11	44	38	2	10	33	176	190	411	4.11	4.09
	US6	2	1	12	58	27	2	2	36	232	135	407	4.07	
Learnability	US7	3	1	10	50	36	3	2	30	200	180	415	4.15	4.13
	US8	2	6	7	49	36	2	12	21	196	180	411	4.11	
Efficiency	US9	1	1	8	48	42	1	2	24	192	210	429	4.29	4.24
	US10	2	1	7	56	34	2	2	21	224	170	419	4.19	
Errors	US11	0	3	7	52	38	0	6	21	208	190	425	4.25	4.26
	US12	1	3	9	42	45	1	6	27	168	225	427	4.27	
Satisfaction	US13	2	2	3	47	46	2	4	9	188	230	433	4.33	4.38
	US14	0	2	2	47	49	0	4	6	188	245	443	4.43	
Rata-rata														4.19

Pada Tabel 4.30 menunjukkan pengolahan hasil penghitungan nilai kepentingan (*Importance*). Penghitungan ini akan didasarkan pada jawaban dari responden dimana masing-masing akan diberikan pembobotan pada tiap skala dengan aturan pembobotan adalah responden yang memilih STS akan diberikan nilai 1, responden yang memilih TS akan diberikan nilai 2, responden yang memilih N akan diberikan nilai 3, responden yang memilih S akan diberikan nilai 4, dan untuk responden yang memilih SS akan diberikan nilai 5. Kegunaan dari total skor masing-masing akan digunakan saat melakukan analisis kesesuaian sebagai nilai kepentingan (*importance*) dan untuk rata-rata dari masing-masing pernyataan akan digunakan saat melakukan analisis kesenjangan atau GAP sebagai nilai kepentingan (*importance*).

Pada indikator *appearance* rata-rata yang didapatkan sebesar 3.95. Indikator ini mempunyai dua pernyataan yaitu pada kode US1 dan juga US2. Masing-masing kode memiliki total skor yang berbeda, total skor dan rata-rata untuk kode US1 didapatkan hasil senilai 435 dan 4.35, kode US2 didapatkan hasil senilai 355 dan 3.55. Seperti yang dijelaskan diatas masing-masing nilai total skor dan rata-rata akan digunakan pada analisis selanjutnya yaitu analisis kesesuaian dan juga analisis kesenjangan atau GAP.

Pada indikator *ease of use and navigation* rata-rata yang didapatkan sebesar 4.34. Indikator ini mempunyai dua pernyataan yaitu pada kode US3 dan juga US4. Masing-masing kode memiliki total skor yang berbeda, total skor dan rata-rata untuk kode US3 didapatkan hasil senilai 428 dan 4.28, kode US4 didapatkan hasil senilai 440 dan 4.40. Seperti yang dijelaskan diatas masing-masing nilai total skor dan rata-rata akan digunakan pada analisis selanjutnya yaitu analisis kesesuaian dan juga analisis kesenjangan atau GAP.

Pada indikator *the imaged conveyed to the user* rata-rata yang didapatkan sebesar 4.09. Indikator ini mempunyai dua pernyataan yaitu pada kode US5 dan juga US6. Masing-masing kode memiliki total skor yang berbeda, total skor dan rata-rata untuk kode US5 didapatkan hasil senilai 411 dan 4.11, kode US6 didapatkan hasil senilai 407 dan 4.07. Seperti yang dijelaskan diatas masing-masing nilai total skor dan rata-rata akan digunakan pada analisis selanjutnya yaitu analisis kesesuaian dan juga analisis kesenjangan atau GAP.

Pada indikator *learnability* rata-rata yang didapatkan sebesar 4.13. Indikator ini mempunyai dua pernyataan yaitu pada kode US7 dan juga US8. Masing-masing kode memiliki total skor yang berbeda, total skor dan rata-rata untuk kode US7 didapatkan hasil senilai 415 dan 4.15, kode US8 didapatkan hasil senilai 411 dan 4.11. Seperti yang dijelaskan diatas masing-masing nilai total skor dan rata-rata akan digunakan pada analisis selanjutnya yaitu analisis kesesuaian dan juga analisis kesenjangan atau GAP.

Pada indikator *efficiency* rata-rata yang didapatkan sebesar 4.26. Indikator ini mempunyai dua pernyataan yaitu pada kode US9 dan juga US10. Masing-masing kode memiliki total skor yang berbeda, total skor dan rata-rata untuk kode US9 didapatkan hasil senilai 429 dan 4.29, kode US10 didapatkan hasil

senilai 419 dan 4.19. Seperti yang dijelaskan diatas masing-masing nilai total skor dan rata-rata akan digunakan pada analisis selanjutnya yaitu analisis kesesuaian dan juga analisis kesenjangan atau GAP.

Pada indikator *errors* rata-rata yang didapatkan sebesar 4.26. Indikator ini mempunyai dua pernyataan yaitu pada kode US11 dan juga US12. Masing-masing kode memiliki total skor yang berbeda, total skor dan rata-rata untuk kode US11 didapatkan hasil senilai 425 dan 4.25, kode US12 didapatkan hasil senilai 427 dan 4.27. Seperti yang dijelaskan diatas masing-masing nilai total skor dan rata-rata akan digunakan pada analisis selanjutnya yaitu analisis kesesuaian dan juga analisis kesenjangan atau GAP.

Pada indikator *satisfaction* rata-rata yang didapatkan sebesar 4.38. Indikator ini mempunyai dua pernyataan yaitu pada kode US13 dan juga US14. Masing-masing kode memiliki total skor yang berbeda, total skor dan rata-rata untuk kode US13 didapatkan hasil senilai 433 dan 4.33, kode US14 didapatkan hasil senilai 443 dan 4.43. Seperti yang dijelaskan diatas masing-masing nilai total skor dan rata-rata akan digunakan pada analisis selanjutnya yaitu analisis kesesuaian dan juga analisis kesenjangan atau GAP.

Secara keseluruhan penghitungan ini akan dijadikan sebagai nilai perpotongan untuk sumbu Y pada saat dilakukan analisis IPA di terakhir analisis tugas akhir ini. Didapatkan hasil untuk rata-rata dari nilai kepentingan (*importance*) untuk *usability* sebesar 4.19.

Tabel 4.31 Nilai Kepentingan (*Importance*) Information Quality

Indikator	Kode	Skala					Skor					Total Skor	Rata - rata	Rata - rata per indikator
		ST	TS	N	S	SS	ST	TS	N	S	SS			
Accuracy	IQ1	2	0	5	51	42	2	0	15	204	210	431	4.31	4.375
	IQ2	0	2	4	42	52	0	4	12	168	260	444	4.44	
Relevance	IQ3	0	1	6	36	57	0	2	18	144	285	449	4.49	4.26
	IQ4	3	7	11	42	37	3	14	33	168	185	403	4.03	
Representational	IQ5	1	2	7	41	49	1	4	21	164	245	435	4.35	4.31
	IQ6	1	0	8	53	38	1	0	24	212	190	427	4.27	
Accessibility	IQ7	2	2	4	53	39	2	4	12	212	195	425	4.25	4.28
	IQ8	1	1	7	48	43	1	2	21	192	215	431	4.31	
Rata-rata														4.3062

Pada Tabel 4.31 menunjukkan pengolahan hasil penghitungan nilai kepentingan (*Importance*). Penghitungan ini akan didasarkan pada jawaban dari responden dimana masing-masing akan diberikan pembobotan pada tiap skala

dengan aturan pembobotan adalah responden yang memilih STS akan diberikan nilai 1, responden yang memilih TS akan diberikan nilai 2, responden yang memilih N akan diberikan nilai 3, responden yang memilih S akan diberikan nilai 4, dan untuk responden yang memilih SS akan diberikan nilai 5. Kegunaan dari total skor masing-masing akan digunakan saat melakukan analisis kesesuaian sebagai nilai kepentingan (*importance*) dan untuk rata-rata dari masing-masing pernyataan akan digunakan saat melakukan analisis kesenjangan atau GAP sebagai nilai kepentingan (*importance*).

Pada indikator *accuracy* rata-rata yang didapatkan sebesar 4.375. Indikator ini mempunyai dua pernyataan yaitu pada kode IQ1 dan juga IQ2. Masing-masing kode memiliki total skor yang berbeda, total skor dan rata-rata untuk kode IQ1 didapatkan hasil senilai 431 dan 4.31, kode IQ2 didapatkan hasil senilai 444 dan 4.44. Seperti yang dijelaskan diatas masing-masing nilai total skor dan rata-rata akan digunakan pada analisis selanjutnya yaitu analisis kesesuaian dan juga analisis kesenjangan atau GAP.

Pada indikator *relevance* rata-rata yang didapatkan sebesar 4.26. Indikator ini mempunyai dua pernyataan yaitu pada kode IQ3 dan juga IQ4. Masing-masing kode memiliki total skor yang berbeda, total skor dan rata-rata untuk kode IQ3 didapatkan hasil senilai 449 dan 4.49, kode IQ4 didapatkan hasil senilai 403 dan 4.03. Seperti yang dijelaskan diatas masing-masing nilai total skor dan rata-rata akan digunakan pada analisis selanjutnya yaitu analisis kesesuaian dan juga analisis kesenjangan atau GAP.

Pada indikator *representational* rata-rata yang didapatkan sebesar 4.31. Indikator ini mempunyai dua pernyataan yaitu pada kode IQ5 dan juga IQ6. Masing-masing kode memiliki total skor yang berbeda, total skor dan rata-rata untuk kode IQ5 didapatkan hasil senilai 435 dan 4.35, kode IQ6 didapatkan hasil senilai 427 dan 4.27. Seperti yang dijelaskan diatas masing-masing nilai total skor dan rata-rata akan digunakan pada analisis selanjutnya yaitu analisis kesesuaian dan juga analisis kesenjangan atau GAP..

Pada indikator *accessibility* rata-rata yang didapatkan sebesar 4.28. Indikator ini mempunyai dua pernyataan yaitu pada kode IQ7 dan juga IQ8. Masing-masing kode memiliki total skor yang berbeda, total skor dan rata-rata untuk kode IQ7 didapatkan hasil senilai 425 dan 4.25, kode IQ8 didapatkan hasil senilai 431 dan 4.31. Seperti yang dijelaskan diatas masing-masing nilai total skor dan rata-rata akan digunakan pada analisis selanjutnya yaitu analisis kesesuaian dan juga analisis kesenjangan atau GAP.

Secara keseluruhan penghitungan ini akan dijadikan sebagai nilai perpotongan untuk sumbu Y pada saat dilakukan analisis IPA di terakhir analisis tugas akhir ini. Didapatkan hasil untuk rata-rata dari nilai kepentingan (*importance*) untuk *information quality* sebesar 4.3062. Dan hasilnya nantinya akan dilakukan ke dalam IPA.

Tabel 4.32 Nilai Kepentingan (*Importance*) *Service Interaction Quality*

Indikator	Kode	Skala					Skor					Total Skor	Rata-rata	Rata-rata per indikator
		ST	TS	N	S	SS	ST	TS	N	S	SS			
Trust	SIQ1	5	7	17	56	15	5	14	51	224	75	369	3.69	4.045
	SIQ2	1	1	5	43	50	1	2	15	172	250	440	4.40	
Empathy	SIQ3	1	6	13	53	27	1	12	39	212	135	399	3.99	4.185
	SIQ4	1	1	6	43	49	1	2	18	172	245	438	4.38	
Responsiveness	SIQ5	1	0	3	49	47	1	0	9	196	235	441	4.41	4.45
	SIQ6	1	1	2	40	56	1	2	6	160	280	449	4.49	
Rata-rata														4.2267

Pada Tabel 4.32 menunjukkan pengolahan hasil penghitungan nilai kepentingan (*Importance*). Penghitungan ini akan didasarkan pada jawaban dari responden dimana masing-masing akan diberikan pembobotan pada tiap skala dengan aturan pembobotan adalah responden yang memilih STS akan diberikan nilai 1, responden yang memilih TS akan diberikan nilai 2, responden yang memilih N akan diberikan nilai 3, responden yang memilih S akan diberikan nilai 4, dan untuk responden yang memilih SS akan diberikan nilai 5. Kegunaan dari total skor masing-masing akan digunakan saat melakukan analisis kesesuaian sebagai nilai kinerja (*performance*) dan untuk rata-rata dari masing-masing pernyataan akan digunakan saat melakukan analisis kesenjangan atau GAP sebagai nilai kinerja (*performance*).

Pada indikator *trust* rata-rata yang didapatkan sebesar 4.045. Indikator ini mempunyai dua pernyataan yaitu pada kode SIQ1 dan juga SIQ2. Masing-masing kode memiliki total skor yang berbeda, total skor dan rata-rata untuk kode SIQ1 didapatkan hasil senilai 369 dan 3.69, kode SIQ2 didapatkan hasil senilai 440 dan 4.40. Seperti yang dijelaskan diatas masing-masing nilai total skor dan rata-rata akan digunakan pada analisis selanjutnya yaitu analisis kesesuaian dan juga analisis kesenjangan atau GAP.

Pada indikator *empathy* rata-rata yang didapatkan sebesar 4.185. Indikator ini mempunyai dua pernyataan yaitu pada kode SIQ3 dan juga SIQ4. Masing-masing kode memiliki total skor yang berbeda, total skor dan rata-rata untuk kode SIQ3 didapatkan hasil senilai 399 dan 3.99, kode SIQ4 didapatkan hasil senilai 438 dan 4.38. Seperti yang dijelaskan diatas masing-masing nilai total skor dan rata-rata akan digunakan pada analisis selanjutnya yaitu analisis kesesuaian dan juga analisis kesenjangan atau GAP.

Pada indikator *responsiveness* rata-rata yang didapatkan sebesar 4.45. Indikator ini mempunyai dua pernyataan yaitu pada kode SIQ5 dan juga SIQ6.

Masing-masing kode memiliki total skor yang berbeda, total skor dan rata-rata untuk kode SIQ5 didapatkan hasil senilai 441 dan 4.41, kode SIQ6 didapatkan hasil senilai 449 dan 4.49. Seperti yang dijelaskan diatas masing-masing nilai total skor dan rata-rata akan digunakan pada analisis selanjutnya yaitu analisis kesesuaian dan juga analisis kesenjangan atau GAP.

Secara keseluruhan penghitungan ini akan dijadikan sebagai nilai perpotongan untuk sumbu Y pada saat dilakukan analisis IPA di terakhir analisis tugas akhir ini. Didapatkan hasil untuk rata-rata dari nilai kepentingan (*Importance*) untuk *service interaction quality* sebesar 4.2267. Dan hasilnya nantinya akan dilakukan ke dalam IPA.

4.5.3 Analisis Tingkat Kesesuaian

Analisis tingkat kesesuaian digunakan untuk mengetahui dan melihat perbandingan dari masing-masing variabel antara tingkat kinerja dan juga dengan tingkat kepentingan. Selain itu pula, analisis ini digunakan untuk mengetahui dan juga memilih skala prioritas untuk melakukan perbaikan berdasarkan faktor-faktor yang telah mempengaruhi dalam kualitas sebuah *website*. Analisis ini dilakukan kepada 3 variabel yang telah dipilih oleh peneliti berdasarkan kajian pustaka pada bab 2, antara lain variabel *usability*, *information quality*, dan *service interaction quality*. Penentuan nilai menggunakan ketentuan dengan rumus pada persamaan 2.5, saat nilai dikatakan puas jika berada dalam nilai lebih dari sama dengan 100 persen, namun sebaliknya jika nilai kurang dari 100 persen maka bisa dikatakan bahwa responden merasa tidak puas terhadap kinerja dari *website*. Pada Tabel dibawah akan disajikan urutan dari yang paling tinggi hingga paling rendah.

Tabel 4.33 Penghitungan Tingkat Kesesuaian Variabel *Usability*

Indikator	Kode	Total Skor		Tingkat Kesesuaian	Rata – rata indikator	Keterangan
		Kinerja	Kepentingan			
Errors	US11	376	425	88.5%	89.8%	Tidak Puas
	US12	389	427	91.1%		
Learnability	US7	397	415	95.7%	89.0%	Tidak Puas
	US8	338	411	82.2%		
Appearance	US1	380	435	87.4%	87.1%	Tidak Puas
	US2	308	355	86.8%		
The Image Conveyed To the User	US5	382	411	92.9%	85.4%	Tidak Puas
	US6	317	407	77.9%		
Efficiency	US9	395	429	92.1%	84.6%	Tidak Puas
	US10	323	419	77.1%		

Tabel 4.34 Penghitungan Tingkat Kesesuaian Variabel *Usability* lanjutan

Ease of use and navigation	US3	390	428	91.1%	80.0%	Tidak Puas
	US4	303	440	68.9%		
Satisfaction	US13	385	433	88.9%	78.8%	Tidak Puas
	US14	304	443	68.6%		
Rata – rata					84.9%	Tidak Puas

Tabel diatas yang telah disajikan pada Tabel 4.33 dan Tabel 4.34 adalah hasil analisis tingkat kesesuaian pada indikator yang ada di variabel *usability* yang telah diurutkan dari yang terbesar hingga terkecil dan total memiliki rata-rata sebesar 84.9% yang berarti responden ataupun user merasa tidak puas. Urutan indikator tersebut dimulai dari yang tertinggi hingga terendah antara lain, *errors* memiliki rata-rata senilai 89.8%, *learnability* memiliki rata-rata senilai 89.0%, *appearance* memiliki rata-rata senilai 87.1%, *the image conveyed to the user* memiliki rata-rata senilai 85.4%, *efficiency* memiliki rata-rata senilai 84.6%, *ease of use and navigation* memiliki rata-rata senilai 80%, *satisfaction* memiliki rata-rata senilai 78.8%.

Indikator pertama adalah *errors*, pada indikator ini memiliki rata-rata nilai sebesar 89.8%, syarat dikatakan puas jika nilai rata-rata kesesuaian berada di atas 100 persen, sedangkan indikator *errors* mempunyai nilai dibawah 100 persen dapat dikatakan jika responden ataupun user merasa tidak puas terhadap kinerja dari indikator ini. Indikator ini mempunyai dua pernyataan yaitu pada kode US11 dan juga US12. Masing-masing kode memiliki rata-rata nilai yang berbeda, rata-rata untuk kode US11 didapatkan hasil senilai 88.5%, kode US12 didapatkan hasil senilai 91.1%.

Indikator kedua adalah *learnability*, pada indikator ini memiliki rata-rata nilai sebesar 89.0%, syarat dikatakan puas jika nilai rata-rata kesesuaian berada di atas 100 persen, sedangkan indikator *learnability* mempunyai nilai dibawah 100 persen dapat dikatakan jika responden ataupun user merasa tidak puas terhadap kinerja dari indikator ini. Indikator ini mempunyai dua pernyataan yaitu pada kode US7 dan juga US8. Masing-masing kode memiliki rata-rata nilai yang berbeda, rata-rata untuk kode US7 didapatkan hasil senilai 95.7%, kode US8 didapatkan hasil senilai 82.2%.

Indikator ketiga adalah *appearance*, pada indikator ini memiliki rata-rata nilai sebesar 87.1%, syarat dikatakan puas jika nilai rata-rata kesesuaian berada di atas 100 persen, sedangkan indikator *appearance* mempunyai nilai dibawah 100 persen dapat dikatakan jika responden ataupun user merasa tidak puas terhadap kinerja dari indikator ini. Indikator ini mempunyai dua pernyataan yaitu pada kode US1 dan juga US2. Masing-masing kode memiliki rata-rata nilai yang berbeda, rata-rata untuk kode US1 didapatkan hasil senilai 87.4%, kode US2 didapatkan hasil senilai 86.8%.

Indikator keempat adalah *the imaged conveyed to the user*, pada indikator ini memiliki rata-rata nilai sebesar 85.4%, syarat dikatakan puas jika nilai rata-rata kesesuaian berada di atas 100 persen, sedangkan indikator *the imaged conveyed to the user* mempunyai nilai dibawah 100 persen dapat dikatakan jika responden ataupun user merasa tidak puas terhadap kinerja dari indikator ini. Indikator ini mempunyai dua pernyataan yaitu pada kode US5 dan juga US6. Masing-masing kode memiliki rata-rata nilai yang berbeda, rata-rata untuk kode US5 didapatkan hasil senilai 92.9%, kode US6 didapatkan hasil senilai 77.9%.

Indikator kelima adalah *efficiency*, pada indikator ini memiliki rata-rata nilai sebesar 84.6%, syarat dikatakan puas jika nilai rata-rata kesesuaian berada di atas 100 persen, sedangkan indikator *efficiency* mempunyai nilai dibawah 100 persen dapat dikatakan jika responden ataupun user merasa tidak puas terhadap kinerja dari indikator ini. Indikator ini mempunyai dua pernyataan yaitu pada kode US9 dan juga US10. Masing-masing kode memiliki rata-rata nilai yang berbeda, rata-rata untuk kode US9 didapatkan hasil senilai 92.1%, kode US10 didapatkan hasil senilai 77.1%.

Indikator keenam adalah *ease of use and navigation*, pada indikator ini memiliki rata-rata nilai sebesar 80.0%, syarat dikatakan puas jika nilai rata-rata kesesuaian berada di atas 100 persen, sedangkan indikator *ease of use and navigation* mempunyai nilai dibawah 100 persen dapat dikatakan jika responden ataupun user merasa tidak puas terhadap kinerja dari indikator ini. Indikator ini mempunyai dua pernyataan yaitu pada kode US3 dan juga US4. Masing-masing kode memiliki rata-rata nilai yang berbeda, rata-rata untuk kode US3 didapatkan hasil senilai 91.1%, kode US4 didapatkan hasil senilai 68.9%.

Indikator ketujuh adalah *satisfaction*, pada indikator ini memiliki rata-rata nilai sebesar 78.8%, syarat dikatakan puas jika nilai rata-rata kesesuaian berada di atas 100 persen, sedangkan indikator *satisfaction* mempunyai nilai dibawah 100 persen dapat dikatakan jika responden ataupun user merasa tidak puas terhadap kinerja dari indikator ini. Indikator ini mempunyai dua pernyataan yaitu pada kode US13 dan juga US14. Masing-masing kode memiliki rata-rata nilai yang berbeda, rata-rata untuk kode US13 didapatkan hasil senilai 88.9%, kode US14 didapatkan hasil senilai 68.6%, dengan hasil yang didapatkan berdasar 100 responden pada variabel *usability* didapatkan nilai kesenjangan dengan prosentase sebesar 84.9% yang berada di bawah nilai 100 persen dan dapat dikatakan pula jika responden ataupun user merasa tidak puas terhadap kinerja dari variabel ini.

Tabel 4.35 Penghitungan Tingkat Kesesuaian Variabel *Information Quality*

Indikator	Kode	Total Skor		Tingkat Kesesuaian	Rata – rata indikator	Keterangan
		Kinerja	Kepentingan			
Accuracy	IQ1	368	431	85.4%	87.3%	Tidak Puas
	IQ2	396	444	89.2%		

Tabel 4.36 Penghitungan Tingkat Kesesuaian Variabel *Information Quality*
lanjutan

Relevance	IQ3	298	449	66.4%	82.3%	Tidak Puas
	IQ4	396	403	98.3%		
Accessibilit y	IQ7	291	425	68.5%	81%	Tidak Puas
	IQ8	403	431	93.5%		
Representa tional	IQ5	285	435	65.5%	80.5%	Tidak Puas
	IQ6	408	427	95.6%		
Rata – rata					82.8%	Tidak Puas

Tabel diatas yang telah disajikan pada Tabel 4.35 dan Tabel 4.36 adalah hasil analisis tingkat kesesuaian pada indikator yang ada di variabel *information quality* yang telah diurutkan dari yang terbesar hingga terkecil dan total memiliki rata-rata sebesar 82.8% yang berarti responden ataupun user merasa tidak puas. Urutan indikator tersebut dimulai dari yang tertinggi hingga terendah antara lain, *accuracy* memiliki rata-rata senilai 87.3%, *relevance* memiliki rata-rata senilai 82.3%, *accessibility* memiliki rata-rata senilai 81%, *representational* memiliki rata-rata senilai 80.5%

Indikator pertama adalah *accuracy*, pada indikator ini memiliki rata-rata nilai sebesar 82.8%, syarat dikatakan puas jika nilai rata-rata kesesuaian berada di atas 100 persen, sedangkan indikator *accuracy* mempunyai nilai dibawah 100 persen dapat dikatakan jika responden ataupun user merasa tidak puas terhadap kinerja dari indikator ini. Indikator ini mempunyai dua pernyataan yaitu pada kode IQ1 dan juga IQ2. Masing-masing kode memiliki rata-rata nilai yang berbeda, rata-rata untuk kode IQ1 didapatkan hasil senilai 85.4%, kode IQ2 didapatkan hasil senilai 89.2%.

Indikator kedua adalah *relevance*, pada indikator ini memiliki rata-rata nilai sebesar 82.3%, syarat dikatakan puas jika nilai rata-rata kesesuaian berada di atas 100 persen, sedangkan indikator *relevance* mempunyai nilai dibawah 100 persen dapat dikatakan jika responden ataupun user merasa tidak puas terhadap kinerja dari indikator ini. Indikator ini mempunyai dua pernyataan yaitu pada kode IQ3 dan juga IQ4. Masing-masing kode memiliki rata-rata nilai yang berbeda, rata-rata untuk kode IQ3 didapatkan hasil senilai 66.4%, kode IQ4 didapatkan hasil senilai 98.3%.

Indikator ketiga adalah *accessibility*, pada indikator ini memiliki rata-rata nilai sebesar 81%, syarat dikatakan puas jika nilai rata-rata kesesuaian berada di atas 100 persen, sedangkan indikator *accessibility* mempunyai nilai dibawah 100 persen dapat dikatakan jika responden ataupun user merasa tidak puas terhadap kinerja dari indikator ini. Indikator ini mempunyai dua pernyataan yaitu pada kode IQ7 dan juga IQ8. Masing-masing kode memiliki rata-rata nilai yang berbeda, rata-rata untuk kode IQ7 didapatkan hasil senilai 68.5%, kode IQ8 didapatkan hasil senilai 93.5%.

Indikator keempat adalah *representational*, pada indikator ini memiliki rata-rata nilai sebesar 80.5%, syarat dikatakan puas jika nilai rata-rata kesesuaian berada di atas 100 persen, sedangkan indikator *representational* mempunyai nilai dibawah 100 persen dapat dikatakan jika responden ataupun user merasa tidak puas terhadap kinerja dari indikator ini. Indikator ini mempunyai dua pernyataan yaitu pada kode IQ5 dan juga IQ6. Masing-masing kode memiliki rata-rata nilai yang berbeda, rata-rata untuk kode IQ5 didapatkan hasil senilai 65.5%, kode IQ6 didapatkan hasil senilai 95.6%, dengan hasil yang didapatkan berdasar 100 responden pada variabel *information quality* didapatkan nilai kesenjangan dengan prosentase sebesar 82.8% yang berada di bawah nilai 100 persen dan dapat dikatakan pula jika responden ataupun user merasa tidak puas terhadap kinerja dari variabel ini.

Tabel 4.37 Penghitungan Tingkat Kesesuaian Variabel *Service Interaction Quality*

Indikator	Kode	Total Skor		Tingkat Kesesuaian	Rata – rata indikator	Keterangan
		Kinerja	Kepentingan			
Trust	SIQ1	366	369	99.2%	82.9%	Tidak Puas
	SIQ2	293	440	66.6%		
Empathy	SIQ5	395	441	89.6%	75.9%	Tidak Puas
	SIQ6	279	449	62.1%		
Responsiveness	SIQ3	370	399	92.7%	75.1%	Tidak Puas
	SIQ4	252	438	57.5%		
Rata – rata					78.0%	Tidak Puas

Tabel diatas yang telah disajikan pada Tabel 4.37 adalah hasil analisis tingkat kesesuaian pada indikator yang ada di variabel *service interaction quality* yang telah diurutkan dari yang terbesar hingga terkecil dan total memiliki rata-rata sebesar 78.0% yang berarti responden ataupun user merasa tidak puas. Urutan indikator tersebut dimulai dari yang tertinggi hingga terendah antara lain, *trust* memiliki rata-rata senilai 82.9%, *empathy* memiliki rata-rata senilai 75.9%, dan *responsiveness* memiliki rata-rata senilai 75.1%.

Indikator pertama adalah *trust*, pada indikator ini memiliki rata-rata nilai sebesar 82.9%, syarat dikatakan puas jika nilai rata-rata kesesuaian berada di atas 100 persen, sedangkan indikator *trust* mempunyai nilai dibawah 100 persen dapat dikatakan jika responden ataupun user merasa tidak puas terhadap kinerja dari indikator ini. Indikator ini mempunyai dua pernyataan yaitu pada kode SIQ1 dan juga SIQ2. Masing-masing kode memiliki rata-rata nilai yang berbeda, rata-rata untuk kode SIQ1 didapatkan hasil senilai 99.2%, kode SIQ2 didapatkan hasil senilai 66.6%.

Indikator kedua adalah *empathy*, pada indikator ini memiliki rata-rata nilai sebesar 75.9%, syarat dikatakan puas jika nilai rata-rata kesesuaian berada di atas 100 persen, sedangkan indikator *empathy* mempunyai nilai dibawah 100 persen dapat dikatakan jika responden ataupun user merasa tidak puas terhadap kinerja dari indikator ini. Indikator ini mempunyai dua pernyataan yaitu pada kode SIQ5 dan juga SIQ6. Masing-masing kode memiliki rata-rata nilai yang berbeda, rata-rata untuk kode SIQ5 didapatkan hasil senilai 89.6%, kode SIQ6 didapatkan hasil senilai 62.1%.

Indikator ketiga adalah *empathy*, pada indikator ini memiliki rata-rata nilai sebesar 75.1%, syarat dikatakan puas jika nilai rata-rata kesesuaian berada di atas 100 persen, sedangkan indikator *empathy* mempunyai nilai dibawah 100 persen dapat dikatakan jika responden ataupun user merasa tidak puas terhadap kinerja dari indikator ini. Indikator ini mempunyai dua pernyataan yaitu pada kode SIQ5 dan juga SIQ6. Masing-masing kode memiliki rata-rata nilai yang berbeda, rata-rata untuk kode SIQ5 didapatkan hasil senilai 89.6%, kode SIQ6 didapatkan hasil senilai 62.1%, dengan hasil yang didapatkan berdasar 100 responden pada variabel *service interaction quality* didapatkan nilai kesenjangan dengan prosentase sebesar 78.0% yang berada di bawah nilai 100 persen dan dapat dikatakan pula jika responden ataupun user merasa tidak puas terhadap kinerja dari variabel ini.

4.5.4 Analisis Tingkat Kesenjangan (GAP)

Analisis kesenjangan atau GAP dibutuhkan karena untuk menunjukan kualitas dari *website* sehingga mampu meninjau dan membandingkan antara kinerja dan juga kepentingan. Penghitungan nilai ini dilakukan kepada 3 variabel yang telah dipilih oleh peneliti berdasarkan kajian pustaka pada bab 2. Penentuan nilai ini menggunakan ketentuan dengan rumus pada persamaan 2.6, Sebuah indikator dikatakan memiliki kualitas yang baik jika bernilai positif namun jika sebaliknya memiliki kualitas yang kurang baik maka akan bernilai negative.

Tabel 4.38 Hasil Penghitungan Tingkat Kesenjangan (GAP) Variabel Usability

Indikator	Kode	Rata – rata		GAP	Rata – rata per indikator	Keterangan
		Kinerja	Kepentingan			
Appearance	US1	3.80	4.35	-0.55	-0.51	Kurang
	US2	3.08	3.55	-0.47		
Ease of use and navigation	US3	3.90	4.28	-0.38	-0.875	Kurang
	US4	3.03	4.40	-1.37		
The image conveyed to the user	US5	3.82	4.11	-0.29	-0.595	Kurang
	US6	3.17	4.07	-0.90		

Tabel 4.39 Hasil Penghitungan Tingkat Kesenjangan (GAP) Variabel *Usability* lanjutan

Learnability	US7	3.97	4.15	-0.18	-0.455	Kurang
	US8	3.38	4.11	-0.73		
Efficiency	US9	3.95	4.29	-0.34	-0.65	Kurang
	US10	3.23	4.19	-0.96		
Errors	US11	3.76	4.25	-0.49	-0.435	Kurang
	US12	3.89	4.27	-0.38		
Satisfaction	US13	3.85	4.33	-0.48	-0.935	Kurang
	US14	3.04	4.43	-1.39		
Rata – rata		3.56	4.20	-0.64		Kurang

Tabel diatas yang telah disajikan pada Tabel 4.38 dan Tabel 4.39 adalah hasil analisis tingkat kesenjangan pada indikator yang ada di variabel *usability* total memiliki gap sebesar -0,64 yang berarti responden ataupun user merasa tidak puas.

Indikator pertama adalah *appearance*, pada indikator ini memiliki gap sebesar -0.51, syarat dikatakan puas jika nilai GAP berada di atas 0 atau positif, sedangkan indikator *appearance* mempunyai nilai dibawah 0 dapat dikatakan jika responden ataupun user merasa tidak puas terhadap kinerja dari indikator ini. Indikator ini mempunyai dua pernyataan yaitu pada kode US1 dan juga US2. Masing-masing kode memiliki nilai gap yang berbeda, gap untuk kode US1 didapatkan hasil senilai -0.55, kode US2 didapatkan hasil senilai -0.47.

Indikator kedua adalah *ease of use and navigation*, pada indikator ini memiliki gap sebesar -0.875, syarat dikatakan puas jika nilai GAP berada di atas 0 atau positif, sedangkan indikator *ease of use and navigation* mempunyai nilai dibawah 0 dapat dikatakan jika responden ataupun user merasa tidak puas terhadap kinerja dari indikator ini. Indikator ini mempunyai dua pernyataan yaitu pada kode US3 dan juga US4. Masing-masing kode memiliki nilai gap yang berbeda, gap untuk kode US3 didapatkan hasil senilai -0.38, kode US4 didapatkan hasil senilai -1.37.

Indikator ketiga adalah *the imaged conveyed to the user*, pada indikator ini memiliki gap sebesar -0.64, syarat dikatakan puas jika nilai GAP berada di atas 0 atau positif, sedangkan indikator *the imaged conveyed to the user* mempunyai nilai dibawah 0 dapat dikatakan jika responden ataupun user merasa tidak puas terhadap kinerja dari indikator ini. Indikator ini mempunyai dua pernyataan yaitu pada kode US5 dan juga US6. Masing-masing kode memiliki nilai gap yang berbeda, gap untuk kode US5 didapatkan hasil senilai -0.29, kode US6 didapatkan hasil senilai -0.90.

Indikator keempat adalah *learnability*, pada indikator ini memiliki gap sebesar -0.45, syarat dikatakan puas jika nilai GAP berada di atas 0 atau positif,

sedangkan indikator *learnability* mempunyai nilai dibawah 0 dapat dikatakan jika responden ataupun user merasa tidak puas terhadap kinerja dari indikator ini. Indikator ini mempunyai dua pernyataan yaitu pada kode US7 dan juga US8. Masing-masing kode memiliki nilai gap yang berbeda, gap untuk kode US7 didapatkan hasil senilai -0.18, kode US8 didapatkan hasil senilai -0.73.

Indikator kelima adalah *efficiency*, pada indikator ini memiliki gap sebesar -0.65, syarat dikatakan puas jika nilai GAP berada di atas 0 atau positif, sedangkan indikator *efficiency* mempunyai nilai dibawah 0 dapat dikatakan jika responden ataupun user merasa tidak puas terhadap kinerja dari indikator ini. Indikator ini mempunyai dua pernyataan yaitu pada kode US9 dan juga US10. Masing-masing kode memiliki nilai gap yang berbeda, gap untuk kode US9 didapatkan hasil senilai -0.34, kode US10 didapatkan hasil senilai -0.96.

Indikator keenam adalah *errors*, pada indikator ini memiliki gap sebesar -0.435, syarat dikatakan puas jika nilai GAP berada di atas 0 atau positif, sedangkan indikator *appearance* mempunyai nilai dibawah 0 dapat dikatakan jika responden ataupun user merasa tidak puas terhadap kinerja dari indikator ini. Indikator ini mempunyai dua pernyataan yaitu pada kode US11 dan juga US12. Masing-masing kode memiliki nilai gap yang berbeda, gap untuk kode US11 didapatkan hasil senilai -0.49, kode US12 didapatkan hasil senilai -0.38.

Indikator ketujuh adalah *satisfaction*, pada indikator ini memiliki gap sebesar -0.935, syarat dikatakan puas jika nilai GAP berada di atas 0 atau positif, sedangkan indikator *satisfaction* mempunyai nilai dibawah 0 dapat dikatakan jika responden ataupun user merasa tidak puas terhadap kinerja dari indikator ini. Indikator ini mempunyai dua pernyataan yaitu pada kode US13 dan juga US14. Masing-masing kode memiliki nilai gap yang berbeda, gap untuk kode US13 didapatkan hasil senilai -0.48, kode US14 didapatkan hasil senilai -1.39, dengan hasil yang didapatkan berdasar 100 responden pada variabel *usability* didapatkan nilai kesenjangan dengan nilai sebesar -0.64 yang berada di bawah nilai 0 dan dapat dikatakan pula jika responden ataupun user merasa tidak puas terhadap kinerja dari variabel ini.

Tabel 4.40 Hasil Penghitungan Tingkat Kesenjangan (GAP) Variabel *Information Quality*

Indikator	Kode	Rata – rata		GAP	Rata – rata per indikator	Keterangan
		Kinerja	Kepentingan			
Accuracy	IQ1	3.68	4.31	-0.63	-0.555	Kurang
	IQ2	3.96	4.44	-0.48		
Relevance	IQ3	2.98	4.49	-1.51	-0.79	Kurang
	IQ4	3.96	4.03	-0.07		
Representa	IQ5	2.85	4.35	-1.50	-0.845	Kurang

**Tabel 4.41 Hasil Perhitungan Tingkat Kesenjangan (GAP) Variabel
Information Quality lanjutan**

tional	IQ6	4.08	4.27	-0.19		
Accessibility	IQ7	2.91	4.25	-1.34	-0.81	Kurang
	IQ8	4.03	4.31	-0.28		
Rata – rata		3.56	4.31	-0.75		Kurang

Tabel diatas yang telah disajikan pada Tabel 4.40 dan Tabel 4.41 adalah hasil analisis tingkat kesenjangan pada indikator yang ada di variabel *information quality* total memiliki gap sebesar -0,75 yang berarti responden ataupun user merasa tidak puas.

Indikator pertama adalah *accuracy*, pada indikator ini memiliki gap sebesar -0.555, syarat dikatakan puas jika nilai GAP berada di atas 0 atau positif, sedangkan indikator *accuracy* mempunyai nilai dibawah 0 dapat dikatakan jika responden ataupun user merasa tidak puas terhadap kinerja dari indikator ini. Indikator ini mempunyai dua pernyataan yaitu pada kode IQ1 dan juga IQ2. Masing-masing kode memiliki nilai gap yang berbeda, gap untuk kode IQ1 didapatkan hasil senilai -0.63, kode IQ2 didapatkan hasil senilai -0.48.

Indikator kedua adalah *relevance*, pada indikator ini memiliki gap sebesar -0.79, syarat dikatakan puas jika nilai GAP berada di atas 0 atau positif, sedangkan indikator *relevance* mempunyai nilai dibawah 0 dapat dikatakan jika responden ataupun user merasa tidak puas terhadap kinerja dari indikator ini. Indikator ini mempunyai dua pernyataan yaitu pada kode IQ3 dan juga IQ4. Masing-masing kode memiliki nilai gap yang berbeda, gap untuk kode IQ3 didapatkan hasil senilai -1.51, kode IQ4 didapatkan hasil senilai -0.07.

Indikator ketiga adalah *representational*, pada indikator ini memiliki gap sebesar -0.845, syarat dikatakan puas jika nilai GAP berada di atas 0 atau positif, sedangkan indikator *representational* mempunyai nilai dibawah 0 dapat dikatakan jika responden ataupun user merasa tidak puas terhadap kinerja dari indikator ini. Indikator ini mempunyai dua pernyataan yaitu pada kode IQ5 dan juga IQ6. Masing-masing kode memiliki nilai gap yang berbeda, gap untuk kode IQ5 didapatkan hasil senilai -1.50, kode IQ6 didapatkan hasil senilai -0.19.

Indikator keempat adalah *accessibility*, pada indikator ini memiliki gap sebesar -0.81, syarat dikatakan puas jika nilai GAP berada di atas 0 atau positif, sedangkan indikator *accessibility* mempunyai nilai dibawah 0 dapat dikatakan jika responden ataupun user merasa tidak puas terhadap kinerja dari indikator ini. Indikator ini mempunyai dua pernyataan yaitu pada kode IQ7 dan juga IQ8. Masing-masing kode memiliki nilai gap yang berbeda, gap untuk kode IQ7 didapatkan hasil senilai -1.34, kode IQ8 didapatkan hasil senilai -0.28.

Dengan hasil yang didapatkan berdasar 100 responden pada variabel *usability* didapatkan nilai kesenjangan dengan nilai sebesar -0.75 yang berada di bawah nilai 0 dan dapat dikatakan pula jika responden ataupun user merasa tidak puas terhadap kinerja dari variabel ini.

Tabel 4.42 Hasil penghitungan tingkat kesenjangan (GAP) variabel *service interaction quality*

Indikator	Kode	Rata – rata		GAP	Rata – rata per indikator	Keterangan
		Kinerja	Kepentingan			
Trust	SIQ1	3.66	3.69	-0.03	-0.75	Kurang
	SIQ2	2.93	4.40	-1.47		
Empathy	SIQ3	3.70	3.99	-0.29	-1.08	Kurang
	SIQ4	2.52	4.38	-1.86		
Responsiveness	SIQ5	3.95	4.41	-0.46	-1.08	Kurang
	SIQ6	2.79	4.49	-1.70		
Rata – rata		3.26	4.23	-0.97		Kurang

Tabel diatas yang telah disajikan pada Tabel 4.42 adalah hasil analisis tingkat kesenjangan pada indikator yang ada di variabel *service interaction quality* total memiliki gap sebesar -0,97 yang berarti responden ataupun user merasa tidak puas.

Indikator pertama adalah *trust*, pada indikator ini memiliki gap sebesar - 0.75, syarat dikatakan puas jika nilai GAP berada di atas 0 atau positif, sedangkan indikator *trust* mempunyai nilai dibawah 0 dapat dikatakan jika responden ataupun user merasa tidak puas terhadap kinerja dari indikator ini. Indikator ini mempunyai dua pernyataan yaitu pada kode SIQ1 dan juga SIQ2. Masing-masing kode memiliki nilai gap yang berbeda, gap untuk kode SIQ1 didapatkan hasil senilai -0.03, kode SIQ2 didapatkan hasil senilai -1.47.

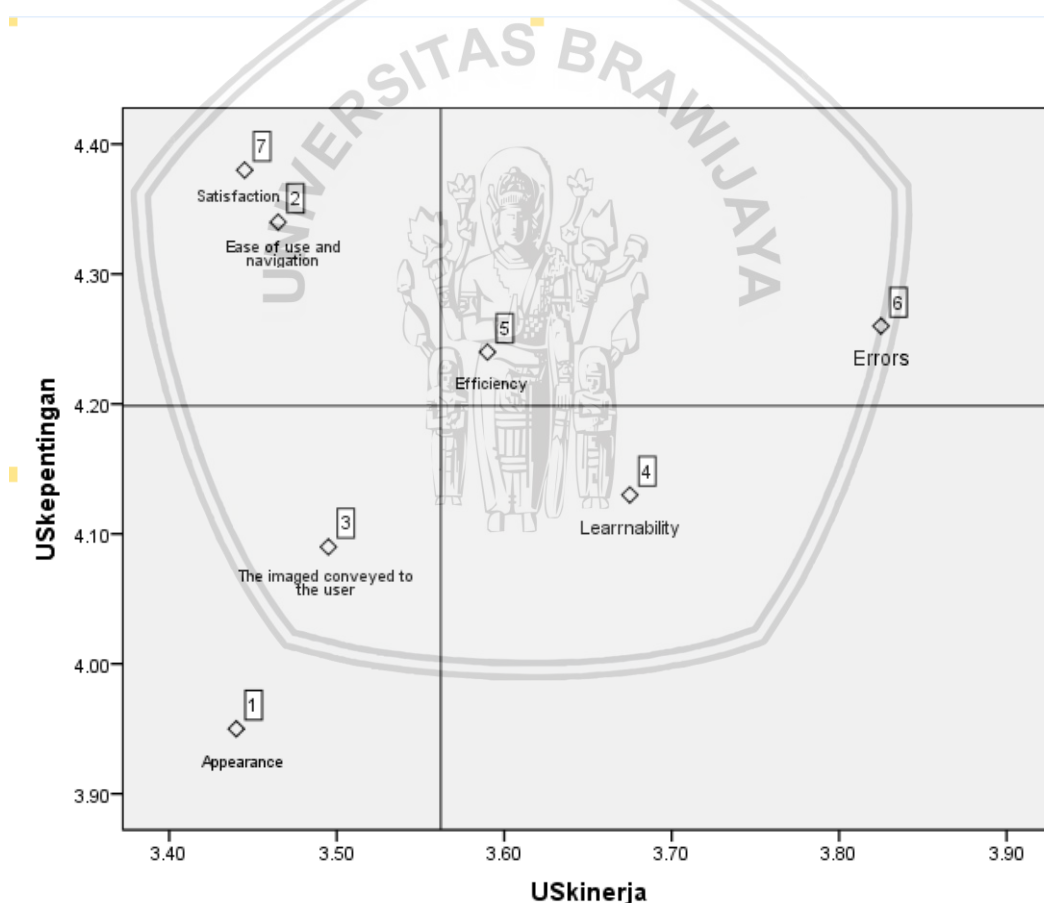
Indikator kedua adalah *empathy*, pada indikator ini memiliki gap sebesar - 0.75, syarat dikatakan puas jika nilai GAP berada di atas 0 atau positif, sedangkan indikator *empathy* mempunyai nilai dibawah 0 dapat dikatakan jika responden ataupun user merasa tidak puas terhadap kinerja dari indikator ini. Indikator ini mempunyai dua pernyataan yaitu pada kode SIQ3 dan juga SIQ4. Masing-masing kode memiliki nilai gap yang berbeda, gap untuk kode SIQ3 didapatkan hasil senilai -0.29, kode SIQ4 didapatkan hasil senilai -1.86.

Indikator ketiga adalah *responsiveness*, pada indikator ini memiliki gap sebesar -1.08, syarat dikatakan puas jika nilai GAP berada di atas 0 atau positif, sedangkan indikator *accuracy* mempunyai nilai dibawah 0 dapat dikatakan jika responden ataupun user merasa tidak puas terhadap kinerja dari indikator ini. Indikator ini mempunyai dua pernyataan yaitu pada kode SIQ5 dan juga SIQ6. Masing-masing kode memiliki nilai gap yang berbeda, gap untuk kode SIQ5 didapatkan hasil senilai -0.46, kode SIQ6 didapatkan hasil senilai -0.97.

Dengan hasil yang didapatkan berdasar 100 responden pada variabel *usability* didapatkan nilai kesenjangan dengan nilai sebesar -0.97 yang berada di bawah nilai 0 dan dapat dikatakan pula jika responden ataupun user merasa tidak puas terhadap kinerja dari variabel ini.

4.5.5 Analisis Kuadran IPA

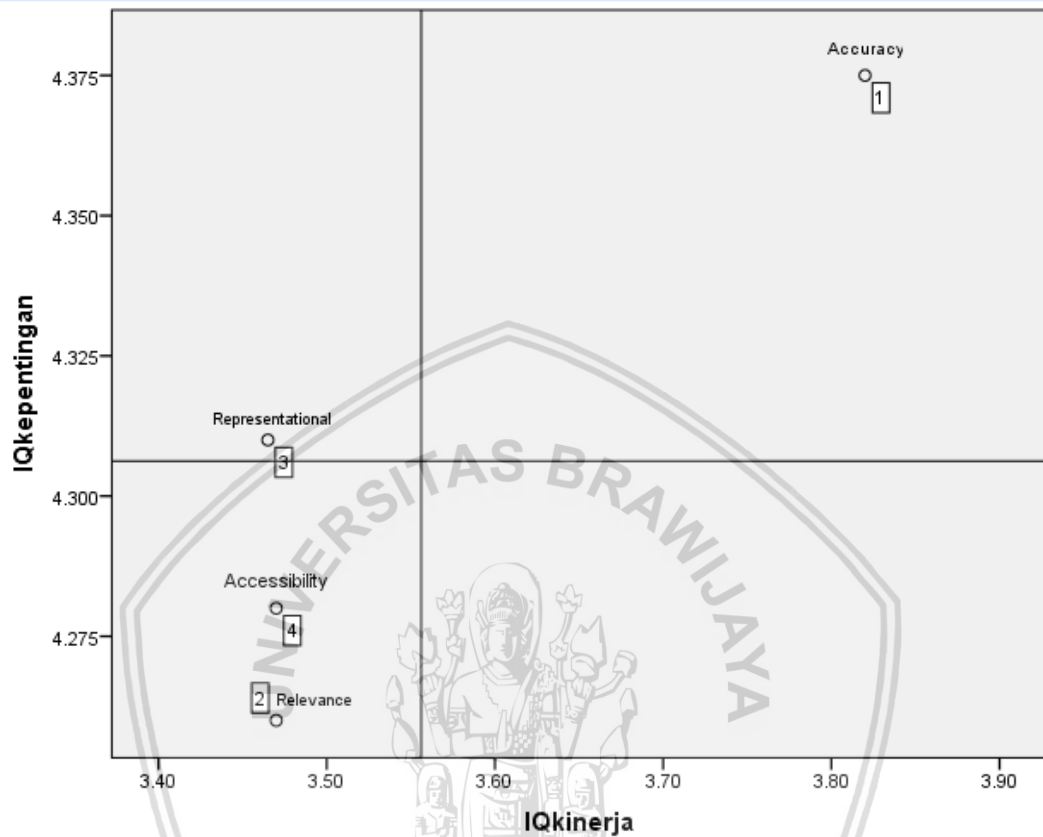
Analisis kuadran IPA memiliki berbagai fungsi dan kegunaan salah satunya adalah untuk menentukan berada dimana sebuah indikator-indikator pada sebuah kuadran, kuadran IPA dibagi menjadi 4 kuadran cara membagi ke dalam kuadran menggunakan Persamaan 2.7. Kuadran IPA ini akan menunjukkan dimana letak indikator yang berfungsi sebagai strategi ataupun rekomendasi perbaikan untuk memenuhi kebutuhan dan ekspektasi dari user ataupun pengguna. Hasil analisis kuadran IPA dapat dilihat pada Gambar 4.1 untuk *usability*, Gambar 4.2 untuk *information quality* dan Gambar 4.3 untuk *service interaction quality*.



Gambar 4.1 Kuadran IPA *usability*

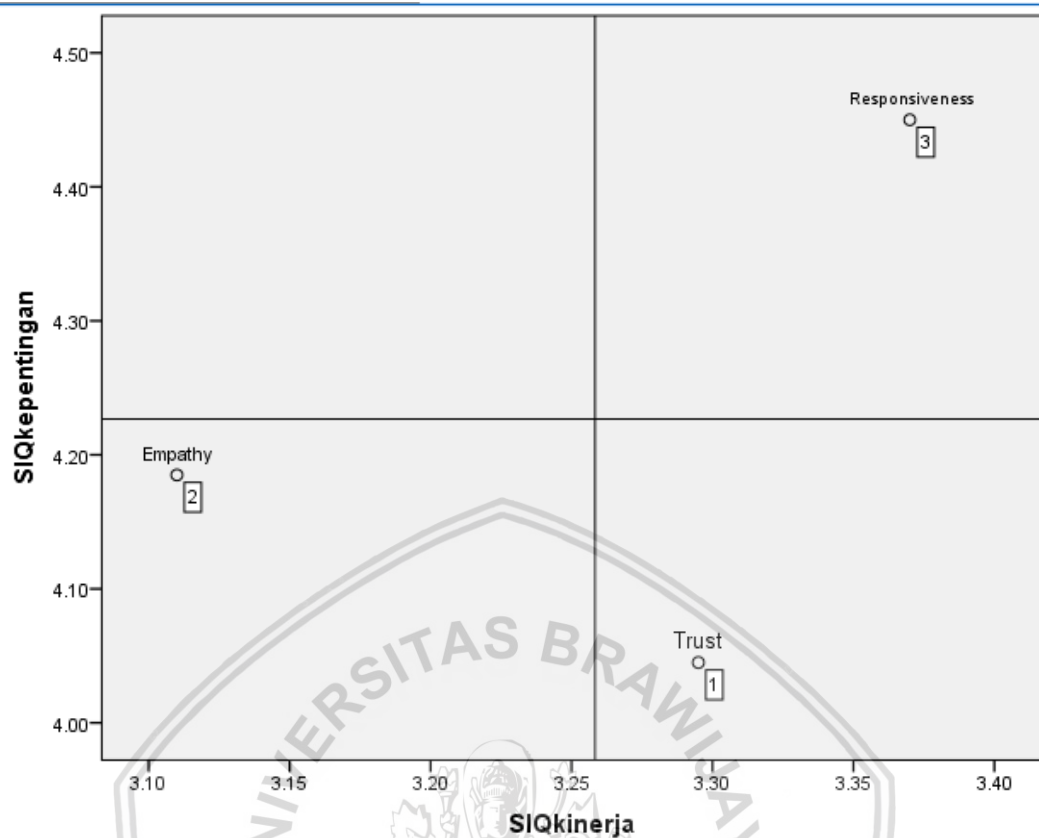
Pada Gambar 4.1 menunjukkan keberadaan indikator berdasarkan beberapa variabel yang sudah dipilih oleh peneliti dan nantinya indikator yang berada pada kuadran “*Lowest Priority*” dan “*Priorities for Improvements*” akan dilakukan rekomendasi perbaikan. Pada Gambar 4.1 dapat dinyatakan bahwa pada kuadran “*Keep up The Good Work*” terdapat indikator *errors* dan *efficiency*, kuadran

“Possible Overkill” terdapat indikator *learnability*, kuadran “Lowest Priority” terdapat indikator *the imaged conveyed to the user* dan *appearance*, kuadran “Priorities for Improvements” terdapat indikator *ease of use and navigation* dan *satisfaction*.



Gambar 4.2 Kuadran IPA Information Quality

Pada Gambar 4.2 menunjukkan keberadaan indikator berdasarkan beberapa variabel yang sudah dipilih oleh peneliti dan nantinya indikator yang berada pada kuadran “Lowest Priority” dan “Priorities for Improvements” akan dilakukan rekomendasi perbaikan. Pada Gambar 4.2 dapat dinyatakan bahwa pada kuadran “Keep up The Good Work” terdapat indikator *accuracy*, kuadran “Lowest Priority” terdapat indikator *accessibility* dan *relevance*, kuadran *Priorities for Improvements* terdapat indikator *representational*.



Gambar 4. 3 Kuadran IPA *Service Interaction Quality*

Pada Gambar 4.3 menunjukkan keberadaan indikator berdasarkan beberapa variabel yang sudah dipilih oleh peneliti dan nantinya indikator yang berada pada kuadran "*Lowest Priority*" dan "*Priorities for Improvements*" akan dilakukan rekomendasi perbaikan. Pada Gambar 4.3 dapat dinyatakan bahwa pada kuadran "*Keep up The Good Work*" terdapat indikator *responsiveness*, kuadran "*Possible Overkill*" terdapat indikator *trust*, kuadran "*Lowest Priority*" terdapat indikator *empathy*.

BAB 5 PEMBAHASAN

5.1 Usability

Variabel *usability* yang digunakan pada penelitian kali ini antara lain: (1) *appearance*; (2) *ease of use and navigation*; (3) *the image conveyed to the user*; (4) *learnability*; (5) *efficiency*; (6) *errors*; dan (7) *satisfaction*. *Usability* didefinisikan sebagai sejauh mana produk dapat digunakan oleh pengguna tertentu untuk mencapai tujuan dengan efektifitas, efisiensi dan kepuasan pengguna (Huang, 2010). Menurut Dumas (1999, disitasi dalam Dwi 2012) *usability* adalah sebuah kemampuan yang digunakan untuk mengukur pengalaman pengguna dalam berinteraksi dengan sistem dimana tujuan dari adanya sistem adalah untuk mencapai efektifitas, efisiensi dan kepuasan penggunaannya. *Usability* dianggap penting karena jika situs *website* sangat sulit untuk dipelajari dan digunakan maka *user* akan merasa tidak nyaman dan tidak mendapatkan apa yang mereka butuhkan sehingga menyebabkan *user* pergi dari situs *website* tersebut. Telah dilakukan analisis deskriptif pada keseluruhan indikator pada *usability* dan pada tingkat kinerja atau *performance* rata-rata keseluruhan berada dalam kategori tinggi, dan jika dihitung dengan standard error berada di antara kategori cukup tinggi sampai tinggi, pada tingkat kepentingan atau *importance* rata-rata keseluruhan berada dalam kategori sangat tinggi dan jika dihitung dengan standard error berada di antara kategori tinggi hingga sangat tinggi.

Hasil dari analisis yang dilakukan menunjukkan bahwa nilai kesesuaian dari variabel *usability* berada di bawah nilai 100 persen yaitu sebesar 84.9%, dan untuk nilai kesenjangan berada di bawah 0 atau bernilai negative yaitu sebesar -0.64. Menurut hasil yang didapatkan dapat dikatakan bahwa pada variabel *usability* belum sesuai dengan harapan dari sisi pengguna atau kinerja *website* belum memenuhi ekspektasi dari pengguna atau *user*.

5.1.1 Appearance

Indikator pertama yaitu *appearance*, *appearance* adalah tampilan sistem apakah menarik bagi para pengguna sehingga dapat meningkatkan kredibilitas serta menawarkan kejelasan dan tampilan *visual* dalam *website*. Pada indikator *Appearance* yang sudah dilakukan analisis deskriptif dapat dinyatakan bahwa indikator *appearance* pada tingkat kinerja atau *performance* berada dalam kategori tinggi, dan jika dihitung dengan standard error berada di antara kategori cukup tinggi sampai tinggi, pada tingkat kepentingan atau *importance* berada dalam kategori tinggi, dan jika dihitung dengan standard error berada di antara kategori tinggi hingga sangat tinggi. Pada analisis kuadran *IPA appearance* berada pada kuadran "*Lowest Priority*". Namun, bukan berarti pengguna tidak membutuhkan indikator *appearance* tersebut.

Appearance berkaitan dengan tampilan sistem apakah menarik bagi para pengguna dan kejelasan dan tampilan *visual* dalam *website*. Membuat tampilan halaman didalam situs *website* familiar sehingga pengguna merasa ahli dalam

menggunakan *website* dan membuat tampilan *visual* yang menyenangkan dengan membuat desain grafis yang bagus untuk meningkatkan kualitas *website* dengan sendirinya (Kim & Stoel, 2004). pada bagian 9.3 keseluruhan terkait dengan masalah desain halaman, pada sub bagian 9.3.2 membahas terkait dengan tata letak halaman yang konsisten, skema tata letak keseluruhan berlaku untuk semua halaman *website* dan lebih disenangi ketika semua halaman memiliki struktur yang serupa. Namun, sering kali halaman yang berbeda memiliki tujuan dan jenis konten yang berbeda halaman bisa dikelompokkan dalam berbagai kategori, menggunakan satu skema tata letak untuk setiap kategori secara konsisten, sedangkan pada sub bagian 9.3.9 terkait dengan menggunakan warna dalam *website* dengan mempertimbangkan kemampuan dan pembatasan manusia dalam memahami warna contohnya adalah pesan kesalahan ditampilkan dengan teks merah juga ditampilkan dalam huruf tebal, membatasi jumlah warna yang digunakan dengan minimal 5 warna, menghindari kombinasi warna latar depan dan latar belakang tertentu yang dapat menghambat teks bacaan yang ditampilkan di warna latar depan. Selain itu pada sub bagian 9.3.15 terkait dengan mengidentifikasi semua halaman situs *website* semua halaman atau jendela milik situs *website* tertentu harus mudah diidentifikasi sebagai bagian dari situs itu contohnya adalah pemberian logo perusahaan pada setiap halaman *website*. (ISO 9241-151, 2008)

Dengan demikian, untuk meningkatkan kepuasan di indikator *appearance* diperlukan tata letak pada halaman *website*, membuat halaman situs web mudah dibaca, dan tampilan situs web lebih dibuat familiar.

5.1.2 Ease of Use and Navigation

Indikator kedua yaitu *ease of use and navigation*, *ease of use and navigation* adalah kemudahan dalam penggunaan saat pertama kali menggunakan *website* tersebut atau sudah lama tidak menggunakan *website* tersebut dan kemudahan bagi pengguna untuk mengontrol navigasi *website* dalam mencari fitur ataupun konten. Pada indikator *ease of use and navigation* sudah dilakukan analisis deskriptif dapat dinyatakan bahwa indikator *ease of use and navigation* pada tingkat kinerja atau *performance* berada dalam kategori tinggi, dan jika dihitung dengan standard error berada di antara kategori cukup tinggi sampai tinggi, pada tingkat kepentingan atau *importance* berada dalam kategori sangat tinggi, dan jika dihitung dengan standard error berada di antara kategori tinggi hingga sangat tinggi. Pada analisis kuadran IPA *ease of use and navigation* berada pada kuadran "*Priorities for Improvements*" pada kuadran ini sangat dianjurkan dan diprioritaskan untuk dilakukan perbaikan oleh karena itu peneliti memberikan rekomendasi pemberian. Salah satu caranya dengan meningkatkan kinerja indikator.

Ease of use and navigation berkaitan dengan kemudahan penggunaannya dan cara navigasi. Salah satu yang menjadi masalah pada indikator ini adalah terkait dengan pengguna mengalami kebingungan dalam melakukan navigasi pada website Airyrooms.com. Oleh karena itu pihak Airyrooms.com disarankan

untuk menyesuaikan dengan aturan navigasi yang sesuai dengan *website e-commerce*. Rekomendasi perbaikan yang dapat diberikan adalah menurut Nielsen (1999 disitasi dalam Peng, 2002), *website* perlu menyediakan menu pencarian agar membantu pengguna dalam menemukan informasi dengan cepat dan menghindar pengguna yang kebingungan saat berada pada suatu halaman *website*. Sedangkan rekomendasi lain pada bagian 8.2.1 terkait dengan membuat navigasi yang bersifat self-descriptif serta bagian 8.2.2 terkait dengan setiap segmen halaman atau jendela harus memberikan indikasi yang jelas dan cukup terkait di mana pengguna berada dalam struktur navigasi dan posisi segmen saat ini dengan keseluruhan proses. Pada bagian 8.2.1 dan 8.2.2 memiliki contoh yaitu, saat pengguna telah berpindah melalui tiga level dalam katalog sebuah produk. Halaman saat pengguna itu berada harus menunjukkan kategori produk. Selain itu, menunjukan proses selanjutnya atau sebelumnya dari halaman tersebut yang memungkinkan pengguna untuk melihat posisi saat ini dalam struktur keseluruhan dan dengan cepat kembali ke level yang lebih tinggi atau biasa disebut dengan teknik "*breadcrumbs*". Selain itu menurut ISO 9241-151 pada bagian 10.2 atau pada ISO 9241-13 mengenai pemberian menu bantu help seperti FAQ agar mempermudah pengguna dalam melakukan kegiatan-kegiatan yang berkaitan dengan memesan, membatalkan atau membayar, dan harapannya sebagai salah satu wadah bagi pengguna untuk bertanya. (ISO 9241-151, 2008)

Dengan demikian, untuk meningkatkan kepuasan di indikator *ease of use and navigation* diperlukan sebuah fitur atau menu untuk menyediakan sebuah menu *find* atau pencarian untuk pengguna dapat menemukan informasinya dengan cepat dan menghindari rasa kebingungan saat berada dalam sebuah halaman *website*. Selain itu pula agar lebih meningkatkan kepuasan dari indikator ini bisa ditambahkan dimana memungkinkan pengguna untuk melihat posisi dia saat berada di suatu halaman ataupun melihat posisi dalam struktur keseluruhan dan dengan cepat kembali ke level yang lebih tinggi atau biasa disebut teknik "*breadcrumbs*". (ISO 9241-151, 2008)

5.1.3 The Image Conveyed to the User

Indikator ketiga yaitu *the image conveyed to the user, the image conveyed to the user* adalah penyampaian kepada pengguna bagaimana desain web memberikan emosi kepada pengguna yang diungkapkan melalui gambar ataupun warna. Pada indikator *the image conveyed to the user* sudah dilakukan analisis deskriptif dapat dinyatakan bahwa indikator *the image conveyed to the user* pada tingkat kinerja atau *performance* berada dalam kategori tinggi, dan jika dihitung dengan standard error berada di antara kategori cukup tinggi sampai tinggi, pada tingkat kepentingan atau *importance* berada dalam kategori tinggi, dan jika dihitung dengan standard error berada di antara kategori tinggi hingga sangat tinggi. Pada analisis kuadran IPA *the image conveyed to the user* berada pada kuadran "*Lowest Priority*". Namun, bukan berarti pengguna tidak membutuhkan indikator *the image conveyed to the user* tersebut.

The image conveyed to the user berkaitan dengan tampilan sistem dan desain dari sistem. Rekomendasi perbaikan yang dapat diberikan adalah desain *website* harus berpotensi memberikan emosi kepada pengguna yang diungkapkan dengan gambar atau warna. Tampilan dalam bentuk visual harus dapat dibuat semenarik mungkin dan sesempurna mungkin seperti pemilihan gambar ataupun video yang akan muncul dengan cepat akan menambahkan rasa penasaran hanya dengan melihat lewat gambar atau videonya secara sekilas (Cyr, et al., 2009). Sedangkan rekomendasi lain pada bagian 7.2.3 terkait dengan memilih objek media yang sesuai, menyediakan teks yang setara untuk objek media non-teks dan membuat pengguna untuk dapat mengontrol objek media tergantung keinginan user. Pada bagian 7.2.3 memiliki contoh objek media yang akan menggambarkan harus berdasarkan dengan jenis konten yang akan disajikan, tugas pengguna dan tujuan komunikasi yang ingin dicapai contoh video digunakan untuk mengilustrasikan cara pembatalan pemesanan, selain itu semua objek media non-teks, seperti gambar ataupun video, harus dilengkapi dengan alternatif deskripsi tekstual atau dengan fungsi berbasis teks yang setara, kemudian contoh lain mungkin pengguna ingin menghindari gangguan dari gambar ataupun video statis pengguna dapat mengontrol apakah media tersebut ingin dimunculkan atau diputar. (ISO 9241-151, 2008)

Dengan demikian, untuk meningkatkan kepuasan di indikator *the image conveyed to the user* diperlukan penyempurnaan visual dalam bentuk gambar ataupun video, media harus dapat merepresentasikan dengan jenis konten yang ingin disajikan, sebuah media harus dilengkapi dengan alternatif deskripsi tekstual dan pengguna dapat mengontrol kapan media dapat dilihat ataupun diputar.

5.1.4 Learnability

Indikator keempat yaitu *learnability*, *learnability* adalah kemampuan pengguna untuk mempelajari cara pengoperasian dari *website* tersebut. Pada indikator *learnability* sudah dilakukan analisis deskriptif dapat dinyatakan bahwa indikator *learnability* pada tingkat kinerja atau *performance* berada dalam kategori tinggi, dan jika dihitung dengan *standard error* berada di antara kategori cukup tinggi sampai tinggi, pada tingkat kepentingan atau *importance* berada dalam kategori tinggi, dan jika dihitung dengan *standard error* berada di antara kategori tinggi hingga sangat tinggi. Pada analisis kuadran IPA *learnability* berada pada kuadran "*Possible Overkill*". Namun, bukan berarti pengguna tidak membutuhkan indikator *learnability* tersebut. Rekomendasi perbaikan yang dapat dilakukan adalah terus mempertahankan kinerja dan kualitas dari indikator *learnability*.

5.1.5 Efficiency

Indikator kelima yaitu *efficiency*, *efficiency* adalah bagaimana adaptasi pengguna atau user terhadap interaksi dengan sistem yang sebelumnya mereka pernah melakukannya. Pada indikator *efficiency* sudah dilakukan analisis deskriptif dapat dinyatakan bahwa indikator *efficiency* pada tingkat kinerja atau

performance berada dalam kategori tinggi, dan jika dihitung dengan standard error berada di antara kategori cukup tinggi sampai tinggi, pada tingkat kepentingan atau *importance* berada dalam kategori sangat tinggi, dan jika dihitung dengan standard error berada di antara kategori tinggi hingga sangat tinggi. Pada analisis kuadran IPA *efficiency* berada pada kuadran “*Keep up The Good Work*”. Rekomendasi perbaikan yang dapat dilakukan terhadap indikator yang berada pada kuadran ini adalah dengan mempertahankan kualitas dari indikator ini.

5.1.6 Errors

Indikator keenam yaitu *errors*, *errors* adalah saat user atau pengguna mengalami kesalahan, seberapa mudanya user atau pengguna dapat mengatasi permasalahan tersebut. Pada indikator *errors* sudah dilakukan analisis deskriptif dapat dinyatakan bahwa indikator *errors* pada tingkat kinerja atau *performance* berada dalam kategori tinggi, dan jika dihitung dengan standard error berada di antara kategori tinggi sampai sangat tinggi, pada tingkat kepentingan atau *importance* berada dalam kategori sangat tinggi, dan jika dihitung dengan standard error berada di antara kategori sangat tinggi. Pada analisis kuadran IPA *errors* berada pada kuadran “*Keep up The Good Work*”. Rekomendasi perbaikan yang dapat dilakukan terhadap indikator yang berada pada kuadran ini adalah dengan mempertahankan kualitas dari indikator ini.

5.1.7 Satisfaction

Indikator ketujuh yaitu *satisfaction*, *satisfaction* adalah bagaimana kepuasan pengguna dengan desain fitur seperti mengembangkan dan menambahkan fitur-fitur yang dapat membuat pelanggan merasa tertarik dan menjaga kepuasan pelanggan lewat fitur-fitur yang semakin berkembang dan beraneka ragam. Pada indikator *satisfaction* sudah dilakukan analisis deskriptif dapat dinyatakan bahwa indikator *satisfaction* pada tingkat kinerja atau *performance* berada dalam kategori tinggi, dan jika dihitung dengan standard error berada di antara kategori cukup tinggi sampai tinggi, pada tingkat kepentingan atau *importance* berada dalam kategori sangat tinggi, dan jika dihitung dengan standard error berada di antara kategori tinggi hingga sangat tinggi. Pada analisis kuadran IPA *satisfaction* berada pada kuadran “*Priorities for Improvements*” pada kuadran ini sangat dianjurkan dan diprioritaskan untuk dilakukan perbaikan oleh karena itu peneliti memberikan rekomendasi pemberian. Salah satu caranya dengan meningkatkan kinerja indikator.

Rekomendasi perbaikan yang dapat diberikan adalah cara meningkatkan kepuasan pengguna pada *website* adalah dengan menyediakan antarmuka web yang sesuai konteks, kegunaan fiturnya jelas, mengembangkan desain fitur tertentu yang dapat menarik pengguna dan menjaga pelanggan yang sudah puas untuk menjadi keunggulan kompetitif melawan pesaing (Zhang, et al, 1999). Sedangkan rekomendasi lain pada bagian 6.2 dan 7.2.2 terkait dengan mengembangkan citra perusahaan serta independensi konten, struktur dan presentasi. Pada bagian 6.2 membahas terkait dengan *website* harus sering

dikembangkan untuk melayani sejumlah tujuan yang berbeda pada saat yang bersamaan misalnya adalah menyediakan fitur untuk menyediakan platform untuk komunitas pengguna dan pada bagian 7.2.2 *website* harus dijaga dan fungsional, struktur konten dan presentasi yang independen satu sama lain untuk membantu meningkatkan aksesibilitas dan terus mengembangkan fitur serta fungsi dari *website*. (ISO 9241-151, 2008)

Dengan demikian, untuk meningkatkan kepuasan di indikator *satisfaction* diperlukan *website* harus sering dikembangkan yang bertujuan untuk melayani sejumlah tujuan yang berbeda pada saat yang bersamaan misalnya menyediakan fitur untuk menyediakan *platform* untuk komunitas bagi *user* atau pengguna serta harus menjaga fungsional, struktur konteks dan prenetasi yang independen satu sama lain.

5.2 Information Quality

Variabel *information quality* yang digunakan pada penelitian kali ini antara lain: (1)*accuracy*; (2)*relevance*; (3)*representational*; dan (4)*accessibility*. *Information quality* adalah kemampuan dalam memenuhi kebutuhan informasi yang diperlukan dan sesuai dengan kebutuhan penggunanya. Informasi yang diperlukan sebuah *website* adalah informasi yang mudah untuk dipahami, penyajian konten yang detail, relevansi dan keamanan informasinya terjaga (DeLone dan McLean, 2003). *Information quality* dianggap penting karena informasi yang diberikan akan sangat berpengaruh terhadap user sendiri. Telah dilakukan analisis deskriptif pada keseluruhan indikator pada *information quality* dan pada tingkat kinerja atau *performance* rata-rata keseluruhan berada dalam kategori tinggi, dan jika dihitung dengan standard error berada di antara kategori cukup tinggi sampai tinggi, pada tingkat kepentingan atau *importance* rata-rata keseluruhan berada dalam kategori sangat tinggi dan jika dihitung dengan *standard error* berada di antara kategori tinggi hingga sangat tinggi.

5.2.1 Accuracy

Indikator pertama yaitu *accuracy*, *accuracy* adalah informasi pada *website* tidak membuat penerima informasi merasa bingung dan dapat menimbulkan pertanyaan serta harus sesuai dengan fakta atau realita yang telah terjadi. Pada indikator *accuracy* sudah dilakukan analisis deskriptif dapat dinyatakan bahwa indikator *accuracy* pada tingkat kinerja atau *performance* berada dalam kategori tinggi, dan jika dihitung dengan standard error berada di antara kategori tinggi sampai sangat tinggi, pada tingkat kepentingan atau *importance* berada dalam kategori sangat tinggi, dan jika dihitung dengan standard error berada di antara kategori tinggi hingga sangat tinggi. Pada analisis kuadran IPA *accuracy* berada pada kuadran "*Keep up The Good Work*". Rekomendasi perbaikan yang dapat dilakukan terhadap indikator yang berada pada kuadran ini adalah dengan mempertahankan kualitas dari indikator ini.

5.2.2 Relevance

Indikator kedua yaitu *relevance*, *relevance* adalah Informasi tepat sasaran atau bermanfaat bagi yang menerima seperti menggunakan bahasa yang mudah dimengerti. Pada indikator *relevance* sudah dilakukan analisis deskriptif dapat dinyatakan bahwa indikator *relevance* pada tingkat kinerja atau *performance* berada dalam kategori tinggi, dan jika dihitung dengan standard error berada di antara kategori cukup tinggi sampai tinggi, pada tingkat kepentingan atau *importance* berada dalam kategori sangat tinggi, dan jika dihitung dengan standard error berada di antara kategori tinggi hingga sangat tinggi. Pada analisis kuadran IPA *relevance* berada pada kuadran “*Lowest Priority*”. Namun, bukan berarti pengguna tidak membutuhkan indikator *relevance* tersebut.

Relevance berkaitan dengan Informasi tepat sasaran atau bermanfaat bagi yang menerima seperti menggunakan bahasa yang mudah dimengerti. Rekomendasi perbaikan yang dapat diberikan adalah pada bagian 7.2.4, bagian 7.2.5, bagian 9.6.3 terkait dengan menjaga konten tetap terbaru, membuat tanggal dan waktu pembaruan terakhir tersedia, serta gaya penulisan. Pada bagian 7.2.4 membahas saat ketika validitas atau relevansi konten bergantung pada waktu, tidak ada konten yang kadaluarsa yang harus ditampilkan kepada pengguna, karena pengguna mengharapkan konten situs web menjadi yang terbaru. Pada bagian 7.2.5 tanggal dan waktu dari pembaruan terakhir harus tersedia untuk semua halaman *website* atau objek konten, karena ini dapat memungkinkan pengguna untuk menilai relevansi atau penerapan informasi untuk tujuan mereka masing-masing. Tanggal informasi waktu dapat ditampilkan baik secara permanen atau sesuai permintaan. Pada bagian 9.6.3 pembacaan dan pemahaman konten tekstual di layar harus didukung oleh sarana yang sesuai termasuk penggunaan kalimat pendek, pembagian teks menjadi potongan yang lebih pendek atau penyajian dalam bentuk poin-poin, selain itu kualitas konten tekstual dengan ejaan dan tata bahasa harus cukup dan membuat teks mungkin dapat diubah ukurannya oleh pengguna. (ISO 9241-151, 2008)

Dengan demikian, untuk meningkatkan kepuasan di indikator *relevance* diperlukan adanya tanggal dan waktu dari pembaruan terakhir yang bisa disediakan untuk semua halaman *website* atau objek konten, karena ini dapat memungkinkan pengguna untuk menilai relevansi atau penerapan informasi untuk tujuan mereka masing-masing atau tanggal informasi waktu dapat ditampilkan baik secara permanen atau sesuai permintaan *user*, selain itu pembacaan dan pemahaman konten tekstual di layar harus didukung oleh sarana yang sesuai termasuk penggunaan kalimat pendek, pembagian teks menjadi potongan yang lebih pendek atau penyajian dalam bentuk poin-poin, selain itu kualitas konten tekstual dengan ejaan dan tata bahasa harus cukup dan membuat teks mungkin dapat diubah ukurannya oleh pengguna.

5.2.3 Representational

Indikator ketiga yaitu *representational*, *representational* adalah merepresentasikan format informasi yang padat, jelas ringkas dan lengkapnya. Pada indikator *representational* sudah dilakukan analisis deskriptif dapat dinyatakan bahwa indikator *representational* pada tingkat kinerja atau *performance* berada dalam kategori tinggi, dan jika dihitung dengan standard error berada di antara kategori cukup tinggi sampai tinggi, pada tingkat kepentingan atau *importance* berada dalam kategori sangat tinggi, dan jika dihitung dengan standard error berada di antara kategori tinggi hingga sangat tinggi. Pada analisis kuadran IPA *representational* berada pada kuadran “*Priorities for Improvement*” pada kuadran ini sangat dianjurkan dan diprioritaskan untuk dilakukan perbaikan oleh karena itu peneliti memberikan rekomendasi pemberian. Salah satu caranya dengan meningkatkan kinerja indikator.

Representational berkaitan dengan merepresentasikan format informasi yang padat, jelas ringkas dan lengkapnya. Rekomendasi perbaikan untuk indikator ini adalah dengan mengatur informasi yang berada pada *website* ini dengan baik dan jelas agar nantinya user ataupun pengguna dapat menerima dan memahami informasi yang tertera, karena akan terasa percuma jika sebuah *website* tidak dapat mengatur informasi pada *websitenya* yang dapat mengakibatkan pembaca tidak bertindak atas informasi yang telah diberikan oleh *website* tersebut. Pengguna *website* akan menilai informasi yang terkandung di dalam *website* jelas atau tidaknya sebuah informasi dan konsistensi dari tiap halaman terkait dengan informasi yang sudah diberikan (Katerattanakul & Siau, 1999). Pada bagian 7.1.6 dan pada bagian 9.4.5 terkait dengan tingkat perincian informasi dan tautan. Pada bagian 7.1.6 unit ataupun konten informasi harus memiliki tingkat perincian yang sesuai, terutama jika satu unit atau konten digunakan dalam berbagai situs *website* atau digunakan untuk tujuan yang berbeda contoh sebuah artikel direpresentasikan sebagai judul singkat dan sesuai dengan informasi yang terkandung di dalamnya. Pada bagian 9.4.5 informasi yang disajikan kepada pengguna harus cukup jelas dan jelas indikasi target yang dituju. (ISO 9241-151, 2008)

Dengan demikian, untuk meningkatkan kepuasan di indikator *Representational* diperlukan adalah perlu dilakukan pengatur informasi secara berkala pada *website* agar nantinya informasi dapat dipahami oleh pengguna dan konsistensi dari tiap halaman terkait dengan informasi yang telah diberikan, selain itu unit ataupun konten informasi harus memiliki tingkat perincian yang sesuai seperti judul konten harus sesuai dengan informasi yang terkandung di dalamnya.

5.2.4 Accessibility

Indikator keempat yaitu *accessibility*, *accessibility* adalah bagaimana Pengguna dapat memperoleh atau mengakses informasi yang dibutuhkannya. Pada indikator *accessibility* sudah dilakukan analisis deskriptif dapat dinyatakan bahwa indikator *accessibility* pada tingkat kinerja atau *performance* berada

dalam kategori tinggi, dan jika dihitung dengan standard error berada di antara kategori cukup tinggi sampai tinggi, pada tingkat kepentingan atau *importance* berada dalam kategori sangat tinggi, dan jika dihitung dengan standard error berada di antara kategori tinggi hingga sangat tinggi. Pada analisis kuadran IPA *accessibility* berada pada kuadran "*Lowest Priority*". Namun, bukan berarti pengguna tidak membutuhkan indikator *accessibility* tersebut.

Accessibility berkaitan dengan bagaimana pengguna dapat memperoleh atau mengakses informasi yang dibutuhkannya. Rekomendasi perbaikan yang dapat diberikan adalah pada bagian 8.5.2.7 dan 8.5.4.4 terkait dengan pencarian informasi dan pencarian topik yang sama. Pada bagian 8.5.2.7 menjelaskan terkait bagaimana situs *website* dapat menampilkan informasi yang dicari dengan menggunakan fitur pencari dari semua halaman situs *website* contoh semua halaman harus ada fitur pencarian atau tautan yang mengarah ke halaman pencarian. Pada bagian 8.5.4.4 menjelaskan agar *website* dapat dan mampu merujuk atau menampilkan halaman-halaman yang memiliki topik yang sama ataupun hotel yang berdekatan dengan harga yang berdekatan. (ISO 9241-151, 2008)

Dengan demikian, untuk meningkatkan kepuasan di indikator *Accessibility* diperlukan dalam setiap halaman *website* dapat menampilkan informasi yang dicari dengan menggunakan fitur pencari dari semua halaman situs *website* dan juga dapat dan mampu merujuk atau menampilkan halaman-halaman yang memiliki topik yang sama ataupun hotel yang berdekatan dengan harga yang terjangkau.

5.3 Service Interaction Quality

Variabel *service interaction quality* yang digunakan pada penelitian kali ini antara lain: (1)*trust*; (2)*empathy*; dan (3)*responsiveness*. *Service interaction quality* didefinisikan sebagai kualitas interaksi terhadap layanan yang dirasakan oleh pengguna ketika mempelajari lebih dalam sebuah *Website*, yang diwujudkan dengan rasa empati dan kepercayaan (Barnes & Vidgen, 2002). *Service Interaction quality* dianggap penting karena pelayanan yang diberikan akan sangat berpengaruh terhadap user sendiri. Telah dilakukan analisis deskriptif pada keseluruhan indikator pada *service interaction quality* dan pada tingkat kinerja atau *performance* rata-rata keseluruhan berada dalam kategori cukup tinggi, dan jika dihitung dengan standard error berada di antara kategori cukup tinggi sampai tinggi, pada tingkat kepentingan atau *importance* rata-rata keseluruhan berada dalam kategori sangat tinggi dan jika dihitung dengan standard error berada di antara kategori tinggi hingga sangat tinggi.

5.3.1 Trust

Indikator pertama yaitu *trust*, *trust* adalah menimbulkan rasa percaya terhadap *website* karena pemberian data diri maupun pemberian profil yang aman. Pada indikator *trust* sudah dilakukan analisis deskriptif dapat dinyatakan bahwa indikator *trust* pada tingkat kinerja atau *performance* berada dalam

kategori cukup tinggi, dan jika dihitung dengan standard error berada di antara kategori cukup tinggi sampai tinggi, pada tingkat kepentingan atau *importance* berada dalam kategori tinggi, dan jika dihitung dengan standard error berada di antara kategori tinggi hingga sangat tinggi. Pada analisis kuadran IPA *trust* berada pada kuadran "*Possible Overkill*". Rekomendasi perbaikan yang dapat dilakukan adalah dengan cara mempertahankan kinerja dari indikator *trust*.

5.3.2 Empathy

Indikator kedua yaitu *empathy*, *empathy* adalah memahami kebutuhan pengguna dengan memberikan perhatian khusus terhadap setiap pengguna ataupun user sehingga mereka akan merasa diperhatikan dan akan menumbuhkan kelayakitan terhadap perusahaan. Pada indikator *empathy* sudah dilakukan analisis deskriptif dapat dinyatakan bahwa indikator *empathy* pada tingkat kinerja atau *performance* berada dalam kategori cukup tinggi, dan jika dihitung dengan standard error berada di antara kategori cukup tinggi sampai tinggi, pada tingkat kepentingan atau *importance* berada dalam kategori sangat tinggi, dan jika dihitung dengan standard error berada di antara kategori tinggi hingga sangat tinggi. Pada analisis kuadran IPA *empathy* berada pada kuadran "*Lowest Priority*". Namun, bukan berarti pengguna tidak membutuhkan indikator *empathy* tersebut.

Empathy memahami kebutuhan pengguna dengan memberikan perhatian khusus terhadap setiap pengguna ataupun user sehingga mereka akan merasa diperhatikan dan akan menumbuhkan kelayakitan terhadap perusahaan. Rekomendasi perbaikan yang dapat diberikan adalah cara memahami kebutuhan pengguna adalah dengan berkomunikasi langsung dengan pengguna secara individu. Dengan memberikan perhatian secara individu sehingga dapat menarik penggunanya untuk tetap loyal. Selain itu dapat dilakukan dengan cara berusaha memberikan layanan pribadi melalui konten ataupun kupon-kupon diskon, dan memberikan salam atau mengirimkan email kepada masing-masing pengguna (Gefen, 2002).

5.3.3 Responsiveness

Indikator ketiga yaitu *responsiveness*, *responsiveness* adalah ketanggapan layanan yang diberikan kepada pengguna saat terjadi keluhan terhadap pengguna. Pada indikator *responsiveness* sudah dilakukan analisis deskriptif dapat dinyatakan bahwa indikator *responsiveness* pada tingkat kinerja atau *performance* berada dalam kategori tinggi, dan jika dihitung dengan standard error berada di antara kategori cukup tinggi sampai tinggi, pada tingkat kepentingan atau *importance* berada dalam kategori sangat tinggi, dan jika dihitung dengan standard error berada di antara kategori tinggi hingga sangat tinggi. Pada analisis kuadran IPA *responsiveness* berada pada kuadran "*Keep Up The Good Work*". Rekomendasi perbaikan yang dapat dilakukan terhadap indikator yang berada pada kuadran ini adalah dengan mempertahankan kualitas dari indikator ini.

BAB 6 PENUTUP

6.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian mengenai kualitas layanan *website Airyrooms.com* dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Hasil statistik deskriptif memperlihatkan bahwa variabel *usability* memiliki nilai persentase antara 62.64% - 79.84% dan berada dalam kategori cukup tinggi sampai tinggi. Variabel *information quality* memiliki nilai persentase antara 63.485% - 78.765% dan berada dalam kategori cukup tinggi hingga tinggi. Variabel *service interaction quality* memiliki nilai persentase antara 56.86% - 73.48% dan berada dalam kategori cukup tinggi sampai tinggi. Oleh karena itu, pihak Airyrooms.com dapat meningkatkan kinerja dari *website* agar setiap indikator pada variabel dapat masuk ke dalam kategori sangat tinggi, dengan tetap memperhatikan setiap detail-detail dan komponen-komponen yang terdapat pada variabel *usability*, *information quality*, dan *service interaction quality*.
2. Berdasarkan analisis IPA yang sudah dilakukan terhadap 3 variabel dengan masing-masing indikator dapat memperlihatkan bahwa indikator-indikator yang terletak pada kuadran "*Keep up The Good Work*" adalah indikator *errors*, *efficiency*, *accuracy*, dan *responsiveness*, kuadran "*Possible Overkill*" adalah indikator *learnability* dan *trust*, kuadran "*Lowest Priority*" adalah indikator *the imaged conveyed to the user*, *appearance*, *accessibility*, *relevance*, dan *empathy* kuadran "*Priorities for Improvements*" adalah indikator *ease of use and navigation*, *satisfaction*, dan *representational*.
3. Rekomendasi perbaikan yang dapat diberikan untuk meningkatkan kualitas variabel *usability*, adalah bisa ditambahkan dimana memungkinkan pengguna untuk melihat posisi dia saat berada di suatu halaman ataupun melihat posisi dalam struktur keseluruhan dan dengan cepat kembali ke level yang lebih tinggi atau biasa disebut teknik "*breadcrumbs*" dan *website* harus dijaga dan fungsional, struktur konten dan presentasi yang independen satu sama lain untuk membantu meningkatkan aksesibilitas dan terus mengembangkan fitur serta fungsi dari *website*. Sedangkan untuk variabel *information quality* rekomendasi perbaikannya adalah tanggal dan waktu dari pembaruan terahir harus tersedia untuk semua halaman *website* atau objek konten, karena ini dapat memungkinkan pengguna untuk menilai relevansi atau penerapan informasi untuk tujuan mereka masing-masing. Tanggal informasi waktu dapat ditampilkan baik secara permanen atau sesuai permintaan. Untuk variabel *service interaction quality* rekomendasi perbaikannya adalah kebutuhan pengguna dengan memberikan perhatian khusus terhadap setiap pengguna ataupun user sehingga mereka akan merasa diperhatikan dan akan menumbuhkan kelayaitasan terhadap perusahaan

Selain itu dapat dilakukan dengan cara berusaha memberikan layanan pribadi melalui konten ataupun kupon-kupon diskon, dan memberikan salam atau mengirimkan email kepada masing-masing pengguna.

6.2 Saran

1. Bagi penelitian selanjutnya bisa dilakukan dengan metode lain seperti metode User Centered Design atau UCD dengan tujuannya adalah untuk mengetahui kenyamanan dan usability sebuah *website* berdasarkan ahlinya atau *expert*. Seperti misalnya dengan cara klasifikasi untuk responden berdasarkan *background* pendidikan dari responden seperti contohnya responden merupakan mahasiswa strata satu atau S1 dengan bidang ilmu teknologi agar data yang didapatkan lebih valid dan sesuai dengan bidang ilmu dari responden.



DAFTAR PUSTAKA

- APJII. 2016. *Hasil Survei*. Tersedia di: <<https://apjii.or.id/>> [Diakses 16 Januari 2018]
- Assegaff, S. 2009. *Strategi Pengembangan Situs Pemerintah Daerah sebagai Sarana Pelayanan Publik Berbasis Web*. Jurnal Media Sisfo. Tersedia di: <<https://scholar.google.com/citations?user=L5iGIB8AAAAJ&hl=en>> [Diakses 16 Januari 2018]
- Azwar, S. 1986. *Reliabilitas dan Validitas: Interpretasi dan Komputasi*. Yogyakarta : Pustaka Pelajar.
- Baginda, N.D. 2016. *Evaluasi kualitas Website Universitas XYZ Dengan Pendekatan Webqual*, [e-journal. Tersedia di: <<http://online.bpostel.com/index.php/bpostel/article/view/146>> [Diakses 20 Januari 2018]
- Bambang, W. 2008. *Teknologi Pembelajaran, Landasan dan Aplikasinya*. Jakarta: Rineka Cipta
- Barnes, S. J. & Vidgen, R. T., 2002. *An Integrative Approach To The Assessment Of E-commerce Quality. Journal of Electronic Commerce Research*, [e-journal]. Tersedia di: <<http://web.csulb.edu/journals/jecr/issues/2002/paper2.pdf>> [Diakses 16 Januari 2018]
- Barnes, S., & Vidgen, R. 2003. *Measuring Web Site Quality Improvements: A Case Study of the Forum on Strategic Management Knowledge Exchange. Industrial Management & Data Systems*. Tersedia di: <<http://web.csulb.edu/journals/jecr/issues/20023/paper1.pdf>> [Diakses 16 Januari 2018]
- Been, C.S, Mingchih, C, Agus, D.R., 2016. *Measuring Customer Satisfaction toward Localization Website by Webqual and Importance Performance Analysis(Case Study on Aliexpress Site in Indonesia)*. Business Administration, Fu Jen Catholic University, Taiwan
- Budi, S.S, Muhammad, F.A., 2015. *Analisis Kualitas Website Menggunakan Metode Webqual Dan Importance Performance Analysis (IPA) Pada Situs Kaskus*, [e-journal]. Tersedia di: <<http://www.academia.edu/25450862/>> [Diakses 16 Januari 2018]
- Burch, J. & Grunitski, G., 1986. *Information Systems Theory and Practice*. 4 ed. New York: John Willey & Sons.
- Brandt, D. Randall. 2000. *Attitude Does Matter, Marketing News Burke White Paper Series*, Vol. 2, pp.

- Cyr, D., Head, M., Larios, H. Pan, B. 2009. *Exploring Human Images in Website Design: A Multi-method Approach* [e-journal]. Tersedia di: <<https://www.jstor.org/stable/20650308>> [Diakses 30 April 2018]
- Delone, W. H. & Mclean, E. R., 2003. *Information Success: A Ten Year Update, Management Information System*, [e-journal]. Tersedia di: <<http://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/07421222.2003.1104574>> [Diakses 16 Januari 2018]
- Donald R.Cooper & Pamela S.Schindler, 2006. *Bussines Research Methods*, 9th edition. New York: McGraw-Hill International Edition.
- Dumas, Joseph S. dan Janice C. Redish. 1999. *A Practical Guide to Usability Testing. Revised Edition*. Bethesda, USA: Redish & Associates, Inc
- Dwi, L.S. 2012. *Evaluasi Usability Untuk Mengetahui Akseptabilitas Aplikasi Berbasis Web*. Universitas Muhammadiyah Ponorogo, [e-journal]. Tersedia di: <https://www.jstor.org/stable/1252129?seq=1#page_scan_tab_contents> [Diakses 16 Januari 2018]
- Field, A., 2009. *Discovering Statistics Using SPSS*. 3rd ed. [e-book]. Sage Publications. Tersedia di: http://fac.ksu.edu.sa/sites/default/files/ktb_lktrwny_shmi_fy_lhs.pdf [Diakses 26 Maret 2018]
- Fornell, C. 1992. *A National Customer Satisfaction Barometer: The Swedish Experience*, [e-journal]. Tersedia di: <https://www.jstor.org/stable/1252129?seq=1#page_scan_tab_contents> [Diakses 16 Januari 2018]
- Gay, L.R. & Diehl, P.L, 1992, *Handbook in Research Methods for Business and Managemen*. New York: Macmillan.
- Ghozali, I. 2009. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. Semarang: UNDIP
- Huang, E. 2010. *Identifying An Effective Framework for Usability Evaluation of Computer Supported Collaborative Learning System in Educational Settings*, [e-journal]. Tersedia di: <http://aut.researchgateway.ac.nz/handle/10292/1302> [Diakses 30 April 2018]
- ISO. (2008). *Ergonomics of Human-system Interaction*. Dalam I. 9241-151, *Part 151 : Guidance on World WideWeb User interfaces*. Switzerland.
- Katerattanakul, P. Siau. 1999. *Measuring Information Quality of Website: Development of An Instrument*, [e-journal]. Tersedia di: <<http://dl.acm.org/citation.cfm?id=352951>> [Diakses 24 Februari 2018]
- Kim, S., Stoel, L. 2004. *Apparel Reatilers: Website Quality Dimensions and Satisfaction of An Instrument*, [e-journal]. Tersedia di:

- <http://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0969698903000109>
[Diakses 30 April 2018]
- Latu, T.M. & Everett, A.M. 2000. *Review of Satisfaction Research and Measurement Approaches, Department of Conservation, Wellington, New Zealand.* [online] Tersedia di:<<http://www.doc.govt.nz/Publications/004~Science-and-Research/Older>> [Diakses 16 Januari 2018]
- Lee, Y. W., Strong, D. M., Kahn, B. K., & Wang, R. Y. 2002. *AIMQ: A Methodology for Information Quality Assesment. Information & Management*, 40, 133-146
- Magal, S.R. & Levenburg, N.M. 2005. *Using Importance-Performance Analysis to evaluate e-business Strategies among small businesses. Proceddings of the 38th Hawaii International Conference on System Science*
- Martilla, J.A & James J.C. 1977. *Importance-Performance Analysis.*[online] Tersedia di:>https://www.jstor.org/stable/1250495?seq=1#page_scan_tab_contents> [Diakses 30 Januari 2018]
- Michael, H.W. & Paul L.W. 1987. *Metode dan Analisis Penelitian: Mencari Hubungan*, Jilid 2, Erlangga, Jakarta.
- Miftah, N.M. 2003. *Analisis Kualitas Layanan Website Kantor Pelayanan Perbendaharaan Negara (KPPN) Surabaya I Dengan Menggunakan Webqual*. Surabaya: Institut Teknologi Sepuluh November, Skripsi
- Nielsen, J. 2012. *Introduction to Usability*. Tersedia di : <<https://www.ngroup.com/articles/usability-101-introduction-to-usability/>> [Diakses 20 Februari 2018]
- Oakland, John S. 1994. *Total Quality Management in Services, International Journal of Quality Reliability Management*. Vol. 11 Iss 4 pp. 6-28.
- Peng, Y., 2002. *Information Quality of The Jordan Institute for Families Web Site. University of North Carolina*.
- Recker, J. 2013. *Scientific Research in Information System: a Beginner's Guide*, [e-book]. Tersedia di: <<http://www.springer.com/in/book/9783642300479>> [Diakses 11 Februari 2018]
- Sanjaya, I. 2012. *Pengukuran Kualitas Layanan Website Kementrian KOMINFO dengan Menggunakan Metode Webqual 4.0.* [online] Tersedia di:<https://www.academia.edu/5014124/Jurnal_Penelitian_IPTEK_KOM_PENGUKURAN_KUALITAS_LAYANAN_WEBSITE_KEMENTERIAN_KOMINFO_DENGAN_MENGGUNAKAN_METODE_WEBQUAL_4.0_MINISTRY_OF_COMM>

- UNIFICATION_AND_INFORMATION_WEBSITE_QUALITY_MEASUREMENT_BASSED_ON_WEBQUAL_4.0_METHOD>[Diakses: 16 Januari 2018]
- Satu, V. *Panduan Belajar Dan Evaluasi Sosiologi*, [e-book]. 2009. Tersedia di: <<https://books.google.co.id/books?id=a8wlcLMX3TsC&printsec=frontcover&hl=id#v=onepage&q&f=false>> [Diakses 18 Februari 2018]
- Siregar, S. 2014. *Metode Penelitian Kuantitatif Dilengkapi Dengan Perbandingan Penghitungan Manual dan SPSS*. Jakarta : Prenada Media Group.
- Sitinjak J.R.T & Sugiarto. 2006. *LISREL*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Sugiyono, 2008. *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung : Alfabeta.
- Suhermin, A.P., Rusliah, N. 1989. *Penggunaan R Dalam Psikologi*, [e-book]. Penerbit : Berbagi.NET academic Publisher. Tersedia di: <<https://books.google.co.id/books?id=-vyu9AaJPY8C&pg=PR2&lpg=PR2&dq=Penggunaan+R+Dalam+Psikologi.+Pene#v=onepage&q=Penggunaan%20R%20Dalam%20Psikologi.%20Pene&f=false>> [Diakses 18 Februari 2018]
- Sujarweni, W.V. 2015. *SPSS Untuk Penelitian*. Yogyakarta: Pustaka Baru Pusat.
- Suryana. 2010. *Metodologi Penelitian: Model Praktis Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif*, [e-book]. Tersedia di: <<https://www.scribd.com/document/349281024/METODOLOGI-PENELITIAN>> [Diakses 11 Februari 2018]
- Susila, I.K. 2012. *Pengembangan Instrumen Penilaian Unjuk Kerja (Performance Assesment) Laboratorium Pada Mata Pelajaran Fisika Sesuai Kurikulum Tingkat Satuan Pendidikan SMA Kelas X Di Kabupaten Gianyar*. Bali: Penerbit Andi.
- Suyanto. 2005. *Pengantar Teknologi Informasi Untuk Bisnis*. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Tjiptono, F., Gregorus, C. 2011. *Service, Quality, & Satisfaction*. Edisi 3 Yogyakarta: Andi.
- Widhiarso, Wahyu. 2010. *Pengembangan Skala Psikologi : Lima Kategori Respons ataukah Empat Kategori Respons?* [online] Tersedia di:<http://widhiarso.staff.ugm.ac.id/files/widhiarso_2010_-_respon_alternatif_tengah_pada_skala_likert.pdf>[Diakses 18 Februari 2018]
- Wiyono, G., 2011. *Merancang Penelitian Bisnis dengan Alat Analisis SPSS 17.0 & SmartPLS 2.0*. Yogyakarta: UPP STIM YKPN.
- Yang, W. 2016. *Applying Content Validity Coefficient and Homogeneity Reliability Coefficient to Investigate the Experimental Marketing Scale for Leisure Farm*, [e-journal]. Tersedia di:<<https://www.scribd.com/document/327883897/8-Wan-Chi-Yang>> [Diakses 20 April 2017]

- Yuhefizar, M.H & Hidayat, R. 2009. *Cara Mudah Membangun Interaktif Menggunakan Content Management System Joomla (CMS)*, Edisi Revisi. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Zeithaml, V.A., Parasuraman, A, Berry, L.L. 1990. *Delivering Quality Service*. New York: The Free Press
- Zhang, P.Dran, G.M., Small, R.V. dan Barcellos, S. 1999. *Website that Satisfy Users: a theoretical framework for web user interface design and evaluation*, [e-journal]. Tersedia di: <http://dl.acm.org/citation.cfm?id=875987> [Diakses 30 April 2018]



LAMPIRAN A UJI VALIDITAS ISI

Pernyataan	Ahli 1	s1	Ahli 2	s2	Ahli 3	s3	Ahli 4	S4	Total s	Aiken V	Keterangan
US1	4	3	4	3	4	3	4	3	12	0,75	Valid
US2	4	3	5	4	4	3	4	3	13	0,81	Valid
US3	3	2	4	3	4	3	4	3	11	0,68	Tidak Valid
US4	3	2	4	3	4	3	4	3	11	0,68	Tidak Valid
US5	3	2	5	4	4	3	4	3	12	0,75	Valid
US6	4	3	4	3	4	3	4	3	12	0,75	Valid
US7	4	3	4	3	4	3	4	3	12	0,75	Valid
US8	5	4	5	4	4	3	4	3	14	0,87	Valid
US9	5	4	5	4	5	4	4	3	15	0,93	Valid
US10	4	3	4	3	3	2	3	2	10	0,62	Tidak Valid
US11	4	3	4	3	4	3	4	3	12	0,75	Valid
US12	3	2	4	3	4	3	4	3	11	0,68	Tidak Valid
US13	5	4	5	4	4	3	4	3	14	0,87	Valid
US14	5	4	5	4	4	3	4	3	14	0,87	Valid
IQ1	4	3	4	3	4	3	4	3	12	0,75	Valid
IQ2	4	3	4	3	4	3	4	3	12	0,75	Valid
IQ3	4	3	4	3	4	3	4	3	12	0,75	Valid
IQ4	3	2	4	3	4	3	4	3	11	0,68	Tidak Valid
IQ5	5	4	4	3	4	3	4	3	13	0,81	Valid
IQ6	5	4	4	3	4	3	4	3	13	0,81	Valid
IQ7	5	4	5	4	4	3	4	3	14	0,87	Valid
IQ8	4	3	5	4	4	3	4	3	13	0,81	Valid
SIQ1	5	4	4	3	4	3	4	3	13	0,81	Valid
SIQ2	4	3	4	3	4	3	4	3	12	0,75	Valid
SIQ3	4	3	4	3	4	3	4	3	12	0,75	Valid
SIQ4	5	4	4	3	4	3	4	3	13	0,81	Valid
SIQ5	5	4	4	3	4	3	4	3	13	0,81	Valid
SIQ6	4	3	4	3	4	3	4	3	12	0,75	Valid

Pernyataaan	Ahli 1	s1	Ahli 2	s2	Ahli 3	s3	Ahli 4	S4	Total s	Aiken V	Keterangan
US1	4	3	4	3	4	3	4	3	12	0,75	Valid
US2	3	2	5	4	4	3	4	3	12	0,75	Valid
US3	4	3	4	3	4	3	4	3	12	0,75	Valid
US4	3	2	5	4	4	3	4	3	12	0,75	Valid
US5	3	2	4	3	4	3	4	3	11	0,68	Tidak Valid
US6	4	3	4	3	4	3	4	3	12	0,75	Valid
US7	4	3	4	3	4	3	4	3	12	0,75	Valid
US8	5	4	5	4	4	3	4	3	14	0,87	Valid
US9	5	4	5	4	5	4	4	3	15	0,93	Valid
US10	4	3	4	3	3	2	3	2	10	0,62	Tidak Valid
US11	4	3	4	3	4	3	4	3	12	0,75	Valid
US12	3	2	5	4	4	3	4	3	12	0,75	Valid
US13	5	4	5	4	4	3	4	3	14	0,87	Valid
US14	4	3	5	4	4	3	4	3	13	0,81	Valid
IQ1	4	3	4	3	4	3	4	3	12	0,75	Valid
IQ2	4	3	4	3	4	3	4	3	12	0,75	Valid
IQ3	3	2	4	3	4	3	4	3	11	0,68	Tidak Valid
IQ4	4	3	5	4	4	3	4	3	13	0,81	Valid
IQ5	4	3	4	3	4	3	4	3	12	0,75	Valid
IQ6	5	4	4	3	4	3	4	3	13	0,81	Valid
IQ7	5	4	5	4	4	3	4	3	14	0,87	Valid
IQ8	4	3	5	4	4	3	4	3	13	0,81	Valid
SIQ1	4	3	4	3	4	3	4	3	12	0,75	Valid
SIQ2	4	3	4	3	4	3	4	3	12	0,75	Valid
SIQ3	4	3	4	3	4	3	4	3	12	0,75	Valid
SIQ4	5	4	4	3	4	3	4	3	13	0,81	Valid
SIQ5	5	4	4	3	4	3	4	3	13	0,81	Valid
SIQ6	4	3	4	3	4	3	4	3	12	0,75	Valid

LAMPIRAN B UJI VALIDITAS KONSTRUK

Variabel	Indikator	Kode	Hasil Uji	Validitas
Usability	Appearance	US1	0,658	Valid
		US2	0,556	Valid
	Ease of use and navigation	US3	0,549	Valid
		US4	0,540	Valid
	The Image conveyed to the user	US5	0,537	Valid
		US6	0,558	Valid
	Learnability	US7	0,378	Valid
		US8	0,578	Valid
	Efficiency	US9	0,510	Valid
		US10	0,436	Valid
	Errors	US11	0,544	Valid
		US12	0,677	Valid
	Satisfaction	US13	0,653	Valid
		US14	0,568	Valid
Information Quality	Accuracy	IQ1	0,529	Valid
		IQ2	0,414	Valid
	Relevance	IQ3	0,502	Valid
		IQ4	0,496	Valid
	Representational	IQ5	0,458	Valid
		IQ6	0,450	Valid
	Accessibility	IQ7	0,615	Valid
		IQ8	0,674	Valid
Service Interaction Quality	Trust	SIQ1	0,555	Valid
		SIQ2	0,653	Valid
	Empathy	SIQ3	0,621	Valid
		SIQ4	0,592	Valid
	Responsiveness	SIQ5	0,471	Valid
		SIQ6	-0,262	Tidak Valid

Variabel	Indikator	Kode	Hasil Uji	Validitas
Usability	Appearance	US1	0,638	Valid
		US2	0,556	Valid
	Ease of use and navigation	US3	0,690	Valid
		US4	0,646	Valid
	The Image conveyed to the user	US5	0,684	Valid
		US6	0,764	Valid
	Learnability	US7	0,770	Valid
		US8	0,685	Valid
	Efficiency	US9	0,816	Valid
		US10	0,708	Valid
	Errors	US11	0,555	Valid
		US12	0,607	Valid
	Satisfaction	US13	0,758	Valid
		US14	0,807	Valid
Information Quality	Accuracy	IQ1	0,778	Valid
		IQ2	0,785	Valid
	Relevance	IQ3	0,813	Valid
		IQ4	0,362	Valid
	Representational	IQ5	0,754	Valid
		IQ6	0,618	Valid
	Accessibility	IQ7	0,704	Valid
		IQ8	0,768	Valid
Service Interaction Quality	Trust	SIQ1	0,529	Valid
		SIQ2	0,666	Valid
	Empathy	SIQ3	0,573	Valid
		SIQ4	0,491	Valid
	Responsiveness	SIQ5	0.737	Valid
		SIQ6	0.751	Valid

LAMPIRAN C Uji RELIABILITAS

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.752	14

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.745	8

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.714	6

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.944	14

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.906	8

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.783	6



LAMPIRAN D KISI-KISI INSTRUMEN PENELITIAN

Variabel	Definisi Variabel	Indikator	Definisi Indikator	Tolak Ukur	Sumber	Jenis instrumen	Jenis data	Skala data	Pernyataan
Usability	Usability adalah mutu yang berhubungan dengan rancangan <i>site</i> , dan kegunaan sebagai contoh penampilan, kemudahan penggunaan, kemudahan untuk dipelajari, navigasi dan gambaran yang disampaikan kepada pengguna	Appearance	Tampilan Sistem apakah menarik bagi para pengguna sehingga dapat meningkatkan kredibilitas serta menawarkan kejelasan dan tampilan <i>visual</i> dalam <i>Website</i>	Menarik atau tidak menariknya tampilan sistem dan desain sesuai dengan format e-commerce atau tidak	Barnes & Vidgen (2002)	Kuesioner	Kuantitatif	1-5	1,2
		Ease of use and navigation	Kemudahan dalam penggunaan saat pertama kali menggunakan <i>Website</i> tersebut atau sudah lama tidak menggunakan <i>Website</i> tersebut dan kemudahan bagi pengguna untuk mengontrol navigasi <i>Website</i> dalam mencari fitur ataupun konten	Mudah atau tidaknya mengakses semua fitur dan mudah tidaknya pengguna menggunakan	Barnes & Vidgen (2002)	Kuesioner	Kuantitatif	1-5	3,4

Variabel	Definisi Variabel	Indikator	Definisi Indikator	Tolak Ukur	Sumber	Jenis instrumen	Jenis data	Skala data	Pernyataan
Usability	Usability adalah mutu yang berhubungan dengan rancangan <i>site</i> , dan kegunaan sebagai contoh penampilan, kemudahan penggunaan, kemudahan untuk dipelajari, navigasi dan gambaran yang disampaikan kepada pengguna	The image conveyed to the user	Penyampaian kepada pengguna bagaimana desain web memberikan emosi kepada pengguna yang diungkapkan melalui gambar ataupun warna.	Terganggu atau tidaknya terhadap tampilan gambar dan kesan yang telah disediakan oleh <i>Website</i>	Barnes & Vidgen (2002)	Kuesioner	Kuantitatif	1-5	5,6
		Learnability	Kemampuan pengguna untuk mempelajari cara pengoperasian dari <i>Website</i> tersebut.	Kemudahan istilah yang digunakan dan cepat atau lambatnya pengguna beradaptasi/terbiasa	Nielsen (2012)	Kuesioner	Kuantitatif	1-5	7,8
		Efficiency	Seberapa cepat mereka dapat berinteraksi dengan sistem setelah melakukannya sebelumnya.	Cepat atau lambatnya dalam mengakses <i>Website</i>	Nielsen (2012)	Kuesioner	Kuantitatif	1-5	9,10
		Errors	Kesalahan yang dialami pengguna dan seberapa mudah mereka dapat menemukan jalan keluarnya.	Tersedia atau tidak tersedianya solusi dan banyak atau tidaknya error yang terjadi	Nielsen (2012)	Kuesioner	Kuantitatif	1-5	11,12

Variabel	Definisi Variabel	Indikator	Definisi Indikator	Tolak Ukur	Sumber	Jenis instrumen	Jenis data	Skala data	Pernyataan
<i>Usability</i>	<i>Usability</i> adalah mutu yang berhubungan dengan rancangan <i>site</i> , dan kegunaan sebagai contoh penampilan, kemudahan penggunaan, kemudahan untuk dipelajari, navigasi dan gambaran yang disampaikan kepada pengguna	Satisfaction	Bagaimana kepuasan pengguna dengan desain fitur seperti mengembangkan desain fitur tertentu yang dapat menarik pengguna dan menjaga pelanggan yang sudah puas.	Puas atau tidaknya pengguna dalam mengakses <i>Website</i>	Nielsen (2012)	Kuesioner	Kuantitatif	1-5	13,14

Variabel	Definisi Variabel	Indikator	Definisi Indikator	Tolak Ukur	Sumber	Jenis instrumen	Jenis data	Skala data	Pernyataan
Information Quality	Information Quality adalah kualitas isi dari situs Website kesesuaian informasi untuk tujuan pengguna seperti akurasi, format serta relevansi	Accuracy	Informasi yang diberikan tidak menimbulkan pertanyaan bagi penerima informasi serta sesuai dengan realita yang terjadi	Bingung atau tidaknya terhadap informasi yang diberikan dan sesuai atau tidaknya informasi	Barnes & Vidgen (2002)	Kuesioner	Kuantitatif	1-5	1,2
		Relevance	Informasi tepat sasaran atau bermanfaat bagi yang menerima seperti menggunakan bahasa yang mudah dimengerti	Baru atau tidaknya informasi dan mudah atau tidaknya bahasa yang digunakan	Barnes & Vidgen (2002)	Kuesioner	Kuantitatif	1-5	3,4
		Representational	Merepresentasikan format informasi yang padat, jelas ringkas dan lengkapnya	Tersedia atau tidaknya informasi yang dibutuhkan dan lengkap atau tidak informasi yang disediakan	Kateratt anakul & Siau (1999)	Kuesioner	Kuantitatif	1-5	5,6
		Accessibility	Bagaimana Pengguna dapat memperoleh atau mengakses informasi yang dibutuhkannya	Mudah atau tidaknya mendapatkan informasi , cepat atau tidaknya informasi yang diberikan	Kateratt anakul & Siau (1999)	Kuesioner	Kuantitatif	1-5	7,8

Variabel	Definisi Variabel	Indikator	Definisi Indikator	Tolak Ukur	Sumber	Jenis instrumen	Jenis data	Skala data	Pernyataan
Service Interaction Quality	Service Interaction Quality adalah mutu interaksi pelayanan yang dialami oleh pengguna ketika mereka menyelidiki ke dalam situs lebih dalam, yang terwujud dengan kepercayaan dan empati, sebagai contoh reputasi yang baik, keamanan dalam transaksi keamanan data pribadi, penyerahan sesuai yang dijanjikan	Trust	Menimbulkan rasa percaya terhadap Website karena pemberian data diri maupun pemberian profil yang aman	Aman atau tidaknya pemberian data diri dan bersedia atau tidaknya pemberian data diri	Barnes & Vidgen (2002)	Kuesioner	Kuantitatif	1-5	1,2
		Empathy	Memahami kebutuhan pengguna dengan memberikan perhatian secara individu sehingga dapat menarik penggunaannya untuk tetap loyal	Banyak atau tidaknya perhatian yang diberikan untuk pengguna	Barnes & Vidgen (2002) serta DeLone & McLean (2003)	Kuesioner	Kuantitatif	1-5	3,4
		Responsiveness	Ketanggapan layanan yang diberikan kepada pengguna saat terjadi keluhan terhadap pengguna	Cepat atau lambatnya layanan dan banyak atau tidaknya keluhan yang terjadi	DeLone & McLean (2003)	Kuesioner	Kuantitatif	1-5	5,6

LAMPIRAN E KUESIONER

Dengan hormat,

Dengan ini saya selaku peneliti memohon kesediaan anda untuk dapat membantu mengisi kuesioner yang telah disiapkan dengan maksud :

1. Membantu pengumpulan data dalam rangka evaluasi kualitas layanan *Website Airyrooms.com*

Tidak ada jawaban yang benar atau salah. Semua jawaban yang dituangkan dalam kuesioner ini sepenuhnya merupakan persepsi anda sebagai pengguna *Website*. Anda diharapkan untuk menjawab pertanyaan/ Pernyataan yang diberikan dalam kuesioner ini seakurat mungkin. Jawaban tersebut tentunya didasarkan pada pengalaman anda. Kerahasiaan jawaban dan data responden akan dijamin sepenuhnya hanya untuk kebutuhan penelitian. Jika terdapat pertanyaan mengenai kuesioner atau penelitian ini, responden dapat menghubungi peneliti melalui email andrylesmana79@gmail.com. Atas perhatian dan partisipasinya saya ucapkan terima kasih banyak.

Panduan Pengisian Kuesioner

1. Kuesioner terdiri dari 28 pertanyaan dengan rincian :
 - a. 14 pertanyaan untuk kategori *Usability* (tingkat kualitas dari sistem yang mudah dipelajari, mudah digunakan dan mendorong pengguna untuk menggunakan sistem)
 - b. 8 pertanyaan untuk kategori *Information Quality* (sejauh mana informasi konsisten dapat memenuhi persyaratan dan harapan semua pengguna)
 - c. 6 pertanyaan untuk kategori *Service Interaction* (kualitas pelayanan sebuah sistem sejauh mana dapat membantu dalam melakukan transaksi)
2. Masing – masing pertanyaan terdiri dari 2 macam penilaian yaitu :
 - a. Penilaian berdasarkan tingkat KINERJA (Keadaan saat ini) situs *Website* yang anda rasakan saat ini
 - b. Penilaian berdasarkan tingkat KEPENTINGAN (Harapan) yang diinginkan dengan situs *Website*
3. Responden diminta untuk mengevaluasi situs *Website Airyrooms.com* menggunakan kriteria penilaian sebagai berikut :
 STS: Sangat Tidak Setuju
 TS: Tidak Setuju
 KS: Kurang Setuju
 S: Setuju
 SS: Sangat Setuju
4. Anda hanya diperkenankan memilih satu nilai dari 5 pilihan jawaban untuk penilaian berdasarkan tingkat kinerja situs *Website* dan satu nilai dari 5 pilihan jawaban untuk penilaian berdasarkan tingkat kepentingan situs *Website*

Data Responden

Nama	:	
NIK (Nomor Induk KTP)	:	
No HP	:	
Jenis Kelamin	:	a. Laki – laki b. Perempuan

Pekerjaan	: a. Pelajar, Mahasiswa c. Karyawan	b. PNS d. Lainnya.....
Usia	: a. < 18 tahun c. 26 – 35 tahun	b. 18 – 25 tahun d. > 35 tahun
Domisili	:	
Dalam 3 bulan terakhir, berapa kali anda mengakses situs Airyrooms.com?		
a. 1 kali c. 6 hingga 10 kali b. 2 hingga 5 kali		

KEADAAN YANG DIRASAKAN SAAT INI SITUS <i>WEBSITE</i> AIRYROOMS.COM					Pernyataan	Pernyataan	HARAPAN UNTUK SITUS <i>WEBSITE</i> AIRYROOMS.COM				
STS	TS	KS	S	SS			STS	TS	KS	S	SS
USABILITY											
					1. Saat ini saya merasa <i>Website</i> airyrooms.com memiliki tampilan menu <i>home</i> yang menarik dan tidak membosankan.	1. Sebaiknya <i>Website</i> airyrooms.com memiliki tampilan menu <i>home</i> yang menarik dan tidak membosankan.					
					2. Saat ini saya merasa desain tampilan menu <i>home Website</i> airyrooms.com tidak sesuai dengan tampilan e-commerce yang sejenis. Contoh : (bukalapak	2. Sebaiknya desain tampilan menu <i>home Website</i> airyrooms.com sesuai dengan tampilan e-commerce yang sejenis. Contoh : (bukalapak dan					

					dan traveloka).	traveloka).					
					3. Saat ini saya merasa <i>Website</i> airyrooms.com memiliki kemudahan dalam mengakses semua fiturnya dan berpindah antar halaman secara mudah	3. Sebaiknya <i>Website</i> airyrooms.com memiliki kemudahan dalam mengakses semua fiturnya dan berpindah antar halaman secara mudah.					
					4. Saat ini saya merasa fitur <i>booking</i> yang disediakan oleh <i>Website</i> Airyrooms.com sulit digunakan saat saya pertama kali menggunakannya.	4. Sebaiknya fitur <i>booking</i> yang disediakan oleh <i>Website</i> Airyrooms.com mudah digunakan saat pertama kali menggunakannya.					
					5. Saat ini saya merasa <i>Website</i> airyrooms.com memberikan kesan bahwa mereka merupakan <i>e-commerce</i> yang berkualitas	5. Sebaiknya <i>Website</i> airyrooms.com memberikan kesan bahwa mereka merupakan <i>e-commerce</i> yang berkualitas.					
					6. Saat ini saya merasa terganggu terhadap pemilihan gambar yang telah disediakan oleh <i>Website</i> airyrooms.co	6. Sebaiknya saya merasa nyaman terhadap pemilihan gambar yang telah disediakan oleh <i>Website</i> airyrooms.co					

					m	m.					
					7. Saat ini saya merasa terbiasa menggunakan fitur <i>booking</i> karena langkah – langkahnya mudah dipelajari dan tidak menyulitkan	7. Sebaiknya saya merasa terbiasa saat menggunakan fitur <i>booking</i> karena langkah – langkahnya yang mudah untuk dipelajari dan tidak menyulitkan.					
					8. Saat ini saya merasa Istilah – istilah dan pemilihan kata yang ada pada <i>Website</i> <i>airyrooms.com</i> sulit untuk dimengerti..	8. Sebaiknya Istilah – istilah dan pemilihan kata yang ada pada <i>Website</i> <i>airyrooms.com</i> mudah untuk dimengerti..					
					9. Saat saya mengakses menu <i>home</i> yang terdapat dalam <i>Website</i> <i>airyrooms.com</i> , menu dapat ditampilkan dengan cepat.	9. Sebaiknya saat saya mengakses menu <i>home</i> yang terdapat dalam <i>Website</i> <i>airyrooms.com</i> , menu dapat ditampilkan dengan cepat.					
					10. Saat saya mengetikkan pada mesin pencarian alamat <i>Website</i> (halaman) tidak langsung mengarah ke halaman utama.	10. Sebaiknya saat saya mengetikkan pada mesin pencarian alamat <i>Website</i> (halaman) langsung mengarah ke halaman utama.					
					11. Saat saya merasa	11. Sebaiknya saat saya					

					kesulitan atau kesusahan maka <i>Website</i> airyrooms.com menyediakan solusi yang tepat untuk masalah saya.	merasa kesulitan atau kesusahan <i>Website</i> airyrooms.com menyediakan solusi yang tepat untuk masalah saya.					
					12. Saat ini saya jarang menemukan kesalahan atau error sistem ketika saya mengakses <i>Website</i> Airyrooms.com.	12. Sebaiknya saya jarang menemukan kesalahan atau error sistem ketika saya mengakses <i>Website</i> Airyrooms.com.					
					13. Saat ini saya merasa fitur pembatalan pada <i>Website</i> airyrooms.com dapat memberikan kepuasan terhadap masalah saya.	13. Sebaiknya fitur pembatalan pada <i>Website</i> airyrooms.com dapat memberikan kepuasan terhadap masalah saya.					
					14. Saat ini saya merasa fitur pencarian kamar hotel yang ada pada <i>Website</i> airyrooms.com tidak dapat diandalkan untuk mencari yang saya butuhkan.	14. Sebaiknya fitur pencarian kamar hotel yang ada pada <i>Website</i> airyrooms.com dapat diandalkan untuk mencari yang saya butuhkan.					
INFORMATION QUALITY											
					1. Saat ini saya merasa Informasi yang	1. Sebaiknya Informasi yang diberikan					

					diberikan <i>Website</i> airyrooms.co m tidak menimbulkan pertanyaan lagi bagi saya.	<i>Website</i> airyrooms.co m tidak menimbulkan pertanyaan lagi bagi saya.					
					2. Saat ini saya merasa <i>Website</i> airyrooms.co m memberikan informasi yang dapat dipercaya dan sesuai dengan fakta.	2. Sebaiknya <i>Website</i> airyrooms.co m memberikan informasi yang dapat dipercaya dan sesuai dengan fakta.					
					3. Saat ini saya merasa <i>Website</i> airyrooms.co m tidak memberikan informasi yang <i>up to</i> <i>date</i> (terkini dan terbaru).	3. Sebaiknya <i>Website</i> airyrooms.co m dapat memberikan informasi yang <i>up to</i> <i>date</i> (terkini dan terbaru).					
					4. Saat ini saya merasa <i>Website</i> airyrooms.co m menggunakan bahasa yang umum sehingga informasinya dapat mudah dipahami	4. Sebaiknya <i>Website</i> airyrooms.co m menggunakan bahasa yang umum sehingga informasinya sulit untuk dipahami.					
					5. Saat ini saya merasa <i>Website</i> airyrooms.co m tidak memberikan informasi produk yang saya inginkan secara lengkap dan	5. Sebaiknya <i>Website</i> airyrooms.co m dapat memberikan informasi produk yang saya inginkan secara lengkap dan rinci.					

					rinci.							
					6. Saat ini saya merasa <i>Website</i> <i>airyrooms.com</i> menyediakan informasi secara ringkas dan tidak menyimpang.	6. Sebaiknya <i>Website</i> <i>airyrooms.com</i> menyediakan informasi secara ringkas dan tidak menyimpang						
					7. Saat ini saya dengan lambat mendapatkan informasi yang diberikan . (contohnya riwayat transaksi yang saya lakukan).	7. Sebaiknya Saya dapat dengan cepat mendapatkan informasi yang diberikan . (contohnya riwayat transaksi yang saya lakukan).						
					8. Saat ini saya dengan mudah mengakses dan mendapatkan informasi yang saya butuhkan terkait dengan produk – produk pada <i>Website</i> <i>airyrooms.com</i>	8. Sebaiknya saya dapat dengan mudah mengakses dan mendapatkan informasi yang saya butuhkan terkait dengan produk – produk pada <i>Website</i> <i>airyrooms.com</i>						
SERVICE INTERACTION												
					1. Saat ini saya bersedia memberikan	1. Sebaiknya saya bersedia memberikan						

					informasi terkait dengan data diri serta informasi pribadi saya terhadap <i>Website</i> Airyrooms.co m.	informasi terkait dengan data diri serta informasi pribadi saya terhadap <i>Website</i> Airyrooms.co m.					
					2. Saat ini saya merasa tidak aman untuk melakukan transaksi dan memberikan perlindungan data privasi di dalam <i>Website</i> airyrooms.co m	2. Sebaiknya saya merasa aman untuk melakukan transaksi dan memberikan perlindungan data privasi di dalam <i>Website</i> airyrooms.co m.					
					3. Saat ini saya merasa <i>Website</i> airyrooms.co m memberikan rekomendasi produk lain yang sesuai dengan minat saya.	3. Sebaiknya <i>Website</i> airyrooms.co m memberikan rekomendasi produk lain yang sesuai dengan minat saya.					
					4. Saat ini saya merasa <i>Website</i> airyrooms.co m jarang memberikan perhatian berupa diskon serta voucher yang dapat digunakan.	4. Sebaiknya <i>Website</i> airyrooms.co m lebih sering memberikan perhatian berupa diskon serta voucher yang dapat digunakan.					

					5. Saat ini saya merasa <i>Website</i> <i>airyrooms.com</i> memberikan layanan yang cepat dan tanggap serta selalu memberikan respon cepat atas permintaan saya.	5. Sebaiknya <i>Website</i> <i>airyrooms.com</i> memberikan layanan yang cepat dan tanggap serta selalu memberikan respon atas permintaan saya					
					6. Saat ini saya merasa <i>Website</i> <i>airyrooms.com</i> jarang bersedia membantu jika saya mengalami kendala.	6. Sebaiknya <i>Website</i> <i>airyrooms.com</i> bersedia membantu jika saya mengalami kendala.					
OVERALL IMPRESSION											
<p>Tuliskan pendapat dan saran anda secara umum mengenai keseluruhan <i>Website</i> http://airyrooms.com</p> <p>.....</p> <p>.....</p> <p>.....</p> <p>.....</p> <p>.....</p> <p>.....</p> <p>.....</p> <p>.....</p>											

LAMPIRAN F DATA RESPONDEN

No	IP Address	Nama	NIK	Jenis Kelamin	Pekerjaan	Usia	Domisili	Pesan Kamar di Malang	Frekuensi Akses
1	112.215.219.229	Dhea Azahria Mawarni	3510035204950000	Perempuan	Pelajar/Mahasiswa	18 - 25 tahun	Banyuwangi	Iya	2 - 5 kali
2	180.251.109.169	Gusti Ayu Arimby	3519096112960000	Perempuan	Karyawan	18 - 25 tahun	surabaya	Iya	2 - 5 kali
3	112.215.173.65	Iqbal Taufiq A.N.	3506062010940000	Laki-laki	Pelajar/Mahasiswa	18 - 25 tahun	Kediri	Iya	2 - 5 kali
4	110.138.241.245	Ardyani Nalendri	3578014604950000	Perempuan	Pelajar/Mahasiswa	18 - 25 tahun	Surabaya	Iya	2 - 5 kali
5	159.253.145.183	Mashuda Bahtiar	3510200111940000	Laki-laki	Pelajar/Mahasiswa	18 - 25 tahun	Banyuwangi	Iya	2 - 5 kali
6	180.248.25.185	Dini Nurhayati	3578036411960000	Perempuan	Pelajar/Mahasiswa	18 - 25 tahun	Sidoarjo	Iya	2 - 5 kali
7	112.215.240.182	Reyzando Nawara	3577033007960000	Laki-laki	Karyawan	18 - 25 tahun	Jakarta	Iya	1 kali
8	202.80.215.119	Intan Fatmawati	3573056910950000	Perempuan	Pelajar/Mahasiswa	18 - 25 tahun	Malang	Iya	2 - 5 kali

9	114.124.206.142	Wiratama Paramasatya	3671123008950000	Laki-laki	Karyawan	18 - 25 tahun	Tangerang	Iya	2 - 5 kali
10	36.82.97.22	Hartini Trisnarningsih	3577034406670000	Perempuan	Lainnya	35 tahun	Madiun	Iya	6 - 10 kali
11	36.74.189.250	Andre Rino Prasetyo	3573010601960000	Laki-laki	Pelajar/Mahasiswa	18 - 25 tahun	Malang	iya	1 kali
12	36.82.2.125	Restu Fitriawanti	960215590036	Perempuan	Pelajar/Mahasiswa	18 - 25 tahun	Malang	Iya	1 kali
13	114.125.102.206	Japar supeno	357703220749003	Laki-laki	Karyawan	35 tahun	Merauke	Iya	2 - 5 kali
14	103.213.130.160	Khairul Rizal	3674030503960000	Laki-laki	Pelajar/Mahasiswa	18 - 25 tahun	Jakarta	Iya	2 - 5 kali
15	114.125.86.26	Alfredo Juan	3171052808990000	Laki-laki	Pelajar/Mahasiswa	18 - 25 tahun	Jakarta	Iya	1 kali
16	180.247.29.173	Raisadya Hemas	1871026305980010	Perempuan	Pelajar/Mahasiswa	18 - 25 tahun	Bandarlampung	Iya	2 - 5 kali
17	103.213.129.29	Firza Nur Hibatullah	3275050508980010	Laki-laki	Pelajar/Mahasiswa	18 - 25 tahun	Bekasi	Iya	1 kali
18	116.206.15.39	hudan abdur rochman	3273210307940000	Laki-laki	Lainnya	18 - 25 tahun	bandung	Iya	2 - 5 kali
19	120.188.35.7	David Tria Utama	3571011312950000	Laki-laki	Pelajar/Mahasiswa	18 -	Malang	Iya	1 kali

						25 tahun			
20	120.188.83.141	Aisyatul Maulidah	145150400111002	Perempuan	Pelajar/Mahasiswa	18 - 25 tahun	Gresik	Iya	2 - 5 kali
21	36.82.98.203	Virdha Rahma Aulia	3573056010980000	Perempuan	Pelajar/Mahasiswa	18 - 25 tahun	Kota Malang	Iya	1 kali
22	103.213.131.8	immanuel sibarani	1272040206970000	Laki-laki	Pelajar/Mahasiswa	18 - 25 tahun	Malang	Iya	2 - 5 kali
23	202.80.217.44	Muhammad Ramiz Kamal	3174040210960010	Laki-laki	Pelajar/Mahasiswa	18 - 25 tahun	Jakarta	Iya	2 - 5 kali
24	202.67.46.238	Anggara cahya nugraha	3175102605980000	Laki-laki	Pelajar/Mahasiswa	18 - 25 tahun	Malang	Iya	1 kali
25	182.253.188.218	Karita Puspitasari	1551515040111100	Perempuan	Pelajar/Mahasiswa	18 - 25 tahun	Surabaya	Iya	1 kali
26	112.215.244.175	Windi Artha	3510224803950000	Perempuan	Pelajar/Mahasiswa	18 - 25 tahun	Banyuwangi	Iya	1 kali
27	202.67.38.1	Dewi Lutfia Pratiwi	3577036112950000	Perempuan	Pelajar/Mahasiswa	18 - 25 tahun	Surabaya	Iya	1 kali
28	120.188.83.79	Wreda Beny Ramdhany	35062306129610000	Laki-laki	Pelajar/Mahasiswa	18 - 25 tahun	Kediri	Iya	2 - 5 kali

29	140.0.68.112	Farhani Ayu	3507224510960000	Perempuan	Pelajar/Mahasiswa	18 - 25 tahun	Malang	Iya	2 - 5 kali
30	120.188.66.224	Simson Hasian Pangaribuan	1272070710970000	Laki-laki	Pelajar/Mahasiswa	18 - 25 tahun	Medan	Iya	2 - 5 kali
31	114.125.76.138	Dindy Fitriannora	3527034903970000	Perempuan	Pelajar/Mahasiswa	18 - 25 tahun	Sampang	Iya	1 kali
32	117.102.66.79	Ulfah Mutmainnah	7306085503970010	Perempuan	Pelajar/Mahasiswa	18 - 25 tahun	Malang	Iya	2 - 5 kali
33	139.228.62.41	Rohayat Widiartari	3172037107970000	Perempuan	Pelajar/Mahasiswa	18 - 25 tahun	Jakarta	Iya	2 - 5 kali
34	114.124.165.133	Annisa Nurfitri	3216066109960010	Perempuan	Pelajar/Mahasiswa	18 - 25 tahun	Bekasi	Iya	2 - 5 kali
35	180.247.40.177	Aulia Dewi	3573015511940000	Perempuan	Pelajar/Mahasiswa	18 - 25 tahun	Malang	Iya	1 kali
36	180.253.34.14	Yunita Titisari	3519035904960000	Perempuan	Pelajar/Mahasiswa	18 - 25 tahun	Madiun	Iya	2 - 5 kali
37	202.80.219.122	vivin vidia	3573056003980000	Perempuan	Pelajar/Mahasiswa	18 - 25 tahun	Malang	Iya	2 - 5 kali
38	36.74.179.12	Andicha Eka Prastya	35782625079700000	Laki-laki	Pelajar/Mahasiswa	18 - 25	surabaya	Iya	1 kali

						tahun			
39	125.161.92.213	Merista Nurdila Haryanti	3577024205960000	Perempuan	Karyawan	18 - 25 tahun	Madiun	Iya	2 - 5 kali
40	120.188.34.237	Salsabilla anisah rizky	3172034605990000	Perempuan	Karyawan	18 - 25 tahun	Jakarta utara	Iya	1 kali
41	110.139.94.60	Nurlailani Sabrina Desie	3201026912980010	Perempuan	Pelajar/Mahasiswa	18 - 25 tahun	Bogor	Iya	2 - 5 kali
42	125.165.85.130	Alifia Suci Ananda	3275065011980010	Perempuan	Karyawan	18 - 25 tahun	depok	Iya	1 kali
43	114.124.229.122	Afifudin Siti As'ari	3519023101990000	Laki-laki	Karyawan	18 - 25 tahun	Madiun	Iya	2 - 5 kali
44	36.78.9.110	Megasari Yanuar	3577025701960000	Perempuan	Karyawan	18 - 25 tahun	Depok	Iya	2 - 5 kali
45	180.247.150.240	Cindy Felita	3509216403960000	Perempuan	Pelajar/Mahasiswa	18 - 25 tahun	Jember	Iya	2 - 5 kali
46	223.255.230.45	Retno Wulandari	3520046203980000	Perempuan	Karyawan	18 - 25 tahun	Madiun	Iya	2 - 5 kali
47	36.82.51.6	Arbi Ramadhan Akbar	3276022112990000	Laki-laki	Pelajar/Mahasiswa	18 - 25 tahun	Jakarta	Iya	2 - 5 kali
48	180.214.232.88	Aditya wardhana	3515102307950000	Laki-laki	Karyawan	18 -	Sidoarjo	Iya	1 kali

						25 tahun			
49	125.164.43.137	Albert Bill Alroy	6171020405970000	Laki-laki	Pelajar/Mahasiswa	18 - 25 tahun	Pontianak	Iya	2 - 5 kali
50	202.80.214.93	Femilia N	5202016805980000	Perempuan	Pelajar/Mahasiswa	18 - 25 tahun	Praya	Iya	2 - 5 kali
51	36.72.212.69	Dian Tarakanita	3577025610950000	Perempuan	Karyawan	18 - 25 tahun	Madiun	Iya	1 kali
52	112.215.200.41	Sulistya Indriani	3201014901960000	Perempuan	Karyawan	18 - 25 tahun	Bogor	Iya	1 kali
53	116.206.40.115	Tri Purwanti	1551502001111142	Perempuan	Pelajar/Mahasiswa	18 - 25 tahun	Kediri	Iya	1 kali
54	36.82.100.250	Evilia Nur H	6471054711960000	Perempuan	Pelajar/Mahasiswa	18 - 25 tahun	Balikpapan	Iya	2 - 5 kali
55	180.241.7.53	Ahmad Zaky Syihan	3515130706960000	Laki-laki	Pelajar/Mahasiswa	18 - 25 tahun	Surabaya	Iya	2 - 5 kali
56	158.140.163.49	Muhammad Wahyu P	62389102977257800	Laki-laki	Pelajar/Mahasiswa	18 - 25 tahun	malang	Iya	1 kali
57	115.178.254.190	Shafitri Noviagsani Putri	3507156911970000	Perempuan	Pelajar/Mahasiswa	18 - 25 tahun	Malang	Iya	1 kali

58	120.188.86.118	karina amalia sholihah	3577015006950000	Perempuan	Pelajar/Mahasiswa	18 - 25 tahun	madiun	Iya	2 - 5 kali
59	117.102.66.60	M. Ibrahim Al Ghazi Saragi	3203101703970010	Laki-laki	Pelajar/Mahasiswa	18 - 25 tahun	Bogor	Iya	2 - 5 kali
60	36.79.229.19	Pramita Eka Wijayatin	3577035903960000	Perempuan	Pelajar/Mahasiswa	18 - 25 tahun	Madiun	Iya	1 kali
61	114.125.76.62	Salsabila Insani	1209204203990000	Perempuan	Pelajar/Mahasiswa	18 - 25 tahun	Medan	Iya	1 kali
62	180.247.186.107	Mochammad Ali Hafidz	3578230111960000	Laki-laki	Pelajar/Mahasiswa	18 - 25 tahun	Ketintang Selatan 1 No 4- 6 Surabaya	Iya	2 - 5 kali
63	158.140.172.52	Nilna Minhatillah	3525104602970000	Perempuan	Pelajar/Mahasiswa	18 - 25 tahun	Sidoarjo	Iya	6 - 10 kali
64	114.125.118.215	Muhammad Hakiem	6372051904970000	Laki-laki	Pelajar/Mahasiswa	18 - 25 tahun	Balikpapan	Iya	1 kali
65	158.140.172.47	Erwina Nur Amalina	3674065212960010	Perempuan	Pelajar/Mahasiswa	18 - 25 tahun	Jakarta	Iya	2 - 5 kali
66	114.125.71.175	Nur Adli Ari Darmawand	6409012706690000	Laki-laki	Lainnya	18 - 25 tahun	Balikpapan	Iya	1 kali
67	114.124.138.127	Hendra saputra	357703081091002	Laki-laki	Karyawan	26 - 35	Madiun	Iya	1 kali

						tahun			
68	36.74.1.199	Retno Widyarti	3577036509950000	Perempuan	Pelajar/Mahasiswa	18 - 25 tahun	Surabaya	Iya	2 - 5 kali
69	112.215.235.248	Nilam Arita Putri	3577014211960000	Perempuan	Pelajar/Mahasiswa	18 - 25 tahun	Madiun	Iya	1 kali
70	180.253.67.126	Aditya Chamim Pratama	6310072106970000	Laki-laki	Pelajar/Mahasiswa	18 - 25 tahun	Malang	Iya	1 kali
71	158.140.163.56	Ramadhan Eka Prana P	3509190502960010	Laki-laki	Pelajar/Mahasiswa	18 - 25 tahun	Jember	Iya	1 kali
72	111.94.233.160	Yosia Rimbo Deantama	3573050207940000	Laki-laki	Pelajar/Mahasiswa	18 - 25 tahun	Jakarta	Iya	2 - 5 kali
73	125.160.212.166	Farhan Ishami	3671092708950000	Laki-laki	Karyawan	18 - 25 tahun	DKI Jakarta	Iya	1 kali
74	111.95.237.169	Akbar Nourma Putra	3573041609940000	Laki-laki	Karyawan	18 - 25 tahun	jakarta selatan	Iya	1 kali
75	36.82.10.242	Andika Fatimah Az- zahara	1472026704980100	Perempuan	Pelajar/Mahasiswa	18 - 25 tahun	Batam	Iya	1 kali
76	114.125.87.181	Wakhidatul muti'in	3506066204770000	Perempuan	Lainnya	35 tahun	Dsn. Sambirobyong	Iya	2 - 5 kali
77	117.102.66.51	Nozomi Alifia	3515085608960010	Perempuan	Pelajar/Mahasiswa	18 -	Sidoarjo	Iya	1 kali

						25 tahun			
78	112.215.242.57	Dwi Susanti	1807035705970000	Perempuan	Pelajar/Mahasiswa	18 - 25 tahun	Lampung	Iya	2 - 5 kali
79	175.45.189.34	Ferlie Deanada Effendi	3573037112950000	Perempuan	Pelajar/Mahasiswa	18 - 25 tahun	Madura	Iya	2 - 5 kali
80	114.4.78.46	Restian parengga	3276060605980000	Laki-laki	Pelajar/Mahasiswa	18 - 25 tahun	Jakarta	Iya	1 kali
81	103.28.163.138	Nadya Oktavia Rahardiani	3764025110950000	Perempuan	Karyawan	18 - 25 tahun	Tangerang Selatan	Iya	2 - 5 kali
82	112.215.173.195	Alexander Jesse Andy	3573012011960000	Laki-laki	Pelajar/Mahasiswa	18 - 25 tahun	Malang	Iya	1 kali
83	120.188.4.49	Salsabila Multazam	3174018121998000	Laki-laki	Pelajar/Mahasiswa	18 - 25 tahun	Jakarta	Iya	2 - 5 kali
84	139.195.137.142	Hana talitha iddo driantami	3578205606960000	Perempuan	Pelajar/Mahasiswa	18 - 25 tahun	Surabaya	Iya	2 - 5 kali
85	36.79.237.149	Liana Shanty Wato W.K	1551502011111131	Perempuan	Pelajar/Mahasiswa	18 - 25 tahun	Banjarmasin	Iya	2 - 5 kali
86	158.140.163.37	Katherine Ivana Ruslim	1371014508970010	Perempuan	Pelajar/Mahasiswa	18 - 25 tahun	Padang	Iya	2 - 5 kali

87	158.140.172.151	Putri Rahma Iriani	3520015708960000	Perempuan	Pelajar/Mahasiswa	18 - 25 tahun	Magetan	Iya	6 - 10 kali
88	203.78.117.150	Nur Cahyo Utomo	3518181202950000	Laki-laki	Lainnya	18 - 25 tahun	Nganjuk	Iya	2 - 5 kali
89	36.82.142.133	Gregorius Pudya	3573051912950010	Laki-laki	Pelajar/Mahasiswa	18 - 25 tahun	Malang	Iya	1 kali
90	36.74.0.246	krismiati	3523164605960000	Perempuan	Pelajar/Mahasiswa	18 - 25 tahun	Malang	Iya	1 kali
91	103.213.128.8	Priscillia Pravina S	165150201111144	Perempuan	Pelajar/Mahasiswa	18 - 25 tahun	surabaya	Iya	2 - 5 kali
92	180.247.92.113	Hanoum Eka Hayati	155150200111242	Perempuan	Pelajar/Mahasiswa	18 - 25 tahun	Kediri	Iya	2 - 5 kali
93	36.85.58.37	Prita Anggarsari	3507246611970000	Perempuan	Pelajar/Mahasiswa	18 - 25 tahun	malang	Iya	2 - 5 kali
94	114.125.71.213	Fitri Anggarsari	3521126802960000	Perempuan	Karyawan	18 - 25 tahun	Ngawi	Iya	2 - 5 kali
95	182.253.163.8	Bayu Wicaksono	3572228123123100	Laki-laki	Karyawan	18 - 25 tahun	Jakarta	Iya	2 - 5 kali
96	112.215.45.100	Hanif Kuncahyo Adi	3573050406940000	Laki-laki	Karyawan	18 - 25	Malang	Iya	2 - 5 kali

						tahun			
97	36.84.187.79	Lina Fitra	3528044602980000	Perempuan	Pelajar/Mahasiswa	18 - 25 tahun	Madura	Iya	1 kali
98	36.82.51.26	Laila Diana K	3573036408950010	Perempuan	Pelajar/Mahasiswa	18 - 25 tahun	Malang	Iya	2 - 5 kali
99	36.85.79.197	Alan Maulana Hamid	3513100301960000	Laki-laki	Pelajar/Mahasiswa	18 - 25 tahun	Pasuruan	Iya	2 - 5 kali
100	180.247.76.58	Roudhotul Ridho Akbar	930515280069	Laki-laki	Karyawan	18 - 25 tahun	Surabaya	Iya	2 - 5 kali

LAMPIRAN G UJI NORMALITAS

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
UsabilityKinerja		
N		100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.00
	Std. Deviation	5.932
Most Extreme Differences	Absolute	.064
	Positive	.064
	Negative	-.056
Test Statistic		.064
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 ^{c,d}
a. Test distribution is Normal. b. Calculated from data. c. Lilliefors Significance Correction. d. This is a lower bound of the true significance.		

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
Usabilitykepeuntungan		
N		100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.00
	Std. Deviation	7.319
Most Extreme Differences	Absolute	.092
	Positive	.063
	Negative	-.092
Test Statistic		.092
Asymp. Sig. (2-tailed)		.055 ^c
a. Test distribution is Normal. b. Calculated from data. c. Lilliefors Significance Correction.		

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
IQkinerja		
N		100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.00
	Std. Deviation	3.456
Most Extreme Differences	Absolute	.123
	Positive	.123
	Negative	-.069
Test Statistic		.123
Asymp. Sig. (2-tailed)		.085 ^c
a. Test distribution is Normal. b. Calculated from data. c. Lilliefors Significance Correction.		



One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		IQkepentingan
N		100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.00
	Std. Deviation	4.711
Most Extreme Differences	Absolute	.124
	Positive	.119
	Negative	-.124
Test Statistic		.124
Asymp. Sig. (2-tailed)		.065 ^c
a. Test distribution is Normal.		
b. Calculated from data.		
c. Lilliefors Significance Correction.		

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		SIQkinerja
N		100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.00
	Std. Deviation	2.380
Most Extreme Differences	Absolute	.185
	Positive	.185
	Negative	-.097
Test Statistic		.185
Asymp. Sig. (2-tailed)		.075 ^c
a. Test distribution is Normal.		
b. Calculated from data.		
c. Lilliefors Significance Correction.		

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		SIQkepentingan
N		100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.00
	Std. Deviation	2.805
Most Extreme Differences	Absolute	.116
	Positive	.116
	Negative	-.104
Test Statistic		.116
Asymp. Sig. (2-tailed)		.085 ^c
a. Test distribution is Normal.		
b. Calculated from data.		
c. Lilliefors Significance Correction.		



LAMPIRAN H UJI LINEARITAS

ANOVA Table			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
USKinerja * SIQKinerja	Between Groups	(Combined)	879.504	12	73.292	2.449	.008
		Linearity	580.560	1	580.560	19.398	.000
		Deviation from Linearity	298.944	11	27.177	.908	.536
	Within Groups		2603.806	87	29.929		
	Total		3483.310	99			
IQKinerja * SIQKinerja	Between Groups	(Combined)	488.319	12	40.693	4.684	.000
		Linearity	394.996	1	394.996	45.469	.000
		Deviation from Linearity	93.323	11	8.484	.977	.474
	Within Groups		755.791	87	8.687		
	Total		1244.110	99			

ANOVA Table			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
USKinerja * IQKinerja	Between Groups	(Combined)	1833.724	15	122.248	6.225	.000
		Linearity	1512.397	1	1512.397	77.014	.000
		Deviation from Linearity	321.327	14	22.952	1.169	.314
	Within Groups		1649.586	84	19.638		
	Total		3483.310	99			
SIQKinerja * IQKinerja	Between Groups	(Combined)	252.082	15	16.805	4.311	.000
		Linearity	184.006	1	184.006	47.199	.000
		Deviation from Linearity	68.076	14	4.863	1.247	.258
	Within Groups		327.478	84	3.899		
	Total		579.560	99			

ANOVA Table			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
SIQKinerja * USKinerja	Between Groups	(Combined)	225.420	25	9.017	1.884	.019
		Linearity	96.595	1	96.595	20.184	.000
		Deviation from Linearity	128.825	24	5.368	1.122	.343
	Within Groups		354.140	74	4.786		
	Total		579.560	99			
IQKinerja * USKinerja	Between Groups	(Combined)	752.288	25	30.092	4.528	.000
		Linearity	540.173	1	540.173	81.275	.000
		Deviation from Linearity	212.115	24	8.838	1.330	.176
	Within Groups		491.822	74	6.646		
	Total		1244.110	99			

ANOVA Table				Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
USKepentingan * SIQKepentingan	Between Groups	(Combined)		2269.703	12	189.142	5.425	.000
		Linearity		1948.073	1	1948.073	55.871	.000
		Deviation from Linearity		321.630	11	29.239	.839	.602
	Within Groups			3033.457	87	34.867		
	Total			5303.160	99			
IQKepentingan * SIQKepentingan	Between Groups	(Combined)		1244.144	12	103.679	8.771	.000
		Linearity		1024.639	1	1024.639	86.678	.000
		Deviation from Linearity		219.504	11	19.955	1.688	.089
	Within Groups			1028.446	87	11.821		
	Total			2272.590	99			

ANOVA Table				Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
USKepentingan * IQKepentingan	Between Groups	(Combined)		4115.618	17	242.095	16.717	.000
		Linearity		3476.027	1	3476.027	240.020	.000
		Deviation from Linearity		639.591	16	39.974	2.760	.001
	Within Groups			1187.542	82	14.482		
	Total			5303.160	99			
SIQKepentingan * IQKepentingan	Between Groups	(Combined)		442.374	17	26.022	6.338	.000
		Linearity		351.245	1	351.245	85.551	.000
		Deviation from Linearity		91.129	16	5.696	1.387	.169
	Within Groups			336.666	82	4.106		
	Total			779.040	99			

ANOVA Table				Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
SIQKepentingan * USKepentingan	Between Groups	(Combined)		433.940	25	17.358	3.722	.000
		Linearity		286.174	1	286.174	61.364	.000
		Deviation from Linearity		147.766	24	6.157	1.320	.182
	Within Groups			345.100	74	4.664		
	Total			779.040	99			
IQKepentingan * USKepentingan	Between Groups	(Combined)		1652.615	25	66.105	7.890	.000
		Linearity		1489.600	1	1489.600	177.798	.000
		Deviation from Linearity		163.015	24	6.792	.811	.712
	Within Groups			619.975	74	8.378		
	Total			2272.590	99			

LAMPIRAN I UJI HOMOGENITAS

Test of Homogeneity of Variances				
	Levene Statistic	df1	df2	Sig.
USKinerja	1.315	8	87	.247
IQKinerja	1.374	8	87	.219

Test of Homogeneity of Variances				
	Levene Statistic	df1	df2	Sig.
USKinerja	1.308	13	84	.225
SIQKinerja	2.134	13	84	.020

Test of Homogeneity of Variances				
	Levene Statistic	df1	df2	Sig.
SIQKinerja	1.613	18	74	.079
IQKinerja	1.370	18	74	.173

Test of Homogeneity of Variances				
	Levene Statistic	df1	df2	Sig.
USKepentingan	1.375	11	87	.199
IQKepentingan	2.003	11	87	.037

Test of Homogeneity of Variances				
	Levene Statistic	df1	df2	Sig.
USKepentingan	2.027	12	82	.032
SIQKepentingan	.762	12	82	.687

Test of Homogeneity of Variances				
	Levene Statistic	df1	df2	Sig.
SIQKepentingan	3.170	18	74	.000
IQKepentingan	3.633	18	74	.000